

ЦЕНТР НАУЧНОГО ЗНАНИЯ «ЛОГОС»



МОНОГРАФИЯ

**СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА:
АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ**

Книга 5

под редакцией доктора экономических наук, профессора
Скорева М.М.

г. Ставрополь
2015

УДК 330.1
ББК 65.01
С-56

Рецензенты:

Киришичева И. Р. доктор экономических наук, доцент.
Черкесова Э. Ю. доктор экономических наук, профессор.

Авторский коллектив:

*Ершова Е. Ю. (Глава 7), Жигун Л. А. (Глава 9), Кащенко Н. Б. (Глава 6),
Оксанич Е. А. (Глава 2), Петечел Т. А. (Глава 8), Романов Е. В. (Глава 1),
Рыбьянцева М. С. (Глава 2), Сидорова Т. А. (Глава 6), Хазанова Д. Л. (Глава 3),
Хмеляк А. С. (Глава 8), Цветкова Е. В. (Глава 4), Чмилъ А. Л. (Глава 6),
Шемятихина Л. Ю. (Глава 5), Шипицына К. С. (Глава 5).*

Современная экономика: анализ состояния и перспективы развития: монография. Книга 5. / под общ. ред. М. М. Скорева. – Ставрополь: Логос, 2015. – 234 с.

ISBN 978-5-905519-21-5

Монография адресована руководителям, экономистам, менеджерам и другим работникам предприятий и организаций, преподавателям, аспирантам, магистрантам и студентам высших учебных заведений.

ISBN 978-5-905519-21-5

© Центр научного знания «Логос»
© Коллектив авторов

СОДЕРЖАНИЕ

Содержание.....	3
Предисловие	4
Глава I. Инновационное развитие высшего образования как условие реиндустриализации российской экономики.....	7
Глава II. Система кайдзен как основа повышения объективности информации для целей управления.....	39
Глава III. Качественные методы оценки конкурентоспособности.....	57
Глава IV. Формирование механизма развития внутренней среды современного предприятия на основе кадрового аудита	77
Глава V. Малое и среднее предпринимательство в экономике России и отдельных стран.....	99
Глава VI. Капітал як об'єкт обліково-аналітичної системи підприємства торгівлі.....	158
Глава VII. Совместные покупки как социально-экономическое явление.....	177
Глава VIII. Налогообложение недвижимости физических лиц: проблемы реформирования и перспективы развития.....	194
Глава IX. Разработанность теории коррупции: направления, представления, элементы, модели.....	217
Сведения об авторе.....	233

ПРЕДИСЛОВИЕ

На современном этапе развития цивилизации как никогда остро встали вопросы, без решения которых невозможно дальнейшее поступательное движение человечества по пути экономического прогресса. Несмотря на то, что экономика является лишь частью общечеловеческой деятельности, от ее развития в XXI в. в большей степени зависят возможности решения проблем безопасности и сохранения мира, природная среда и среда обитания человека, а также моральные, религиозные и философские ценности. В этой ситуации на первый план выдвигаются задачи комплексной структурной перестройки экономики, ее теоретическое обоснование и практическое воплощение. Проблема усложняется тем, что наряду со всесторонней модернизацией экономики России и стран СНГ, необходимо стать полноправными членами мирового экономического сообщества.

В монографии представлен ряд вопросов и проблем современной экономики, проанализированы причины их возникновения, предложены пути решения, представлены тенденции дальнейшего развития мировой экономики, в том числе экономики России.

Особенности инновационного развития высшего образования как условия реиндустриализации российской экономики представлены в первой главе монографии. На основе анализа понятий «инновация» и «инновационное развитие» определена сущность образовательных инноваций и инновационного развития высшего образования. Инновационное развитие высшего образования связано с понятиями «инновационный потенциал» и «потенциал инновационного развития вуза», которые соотносятся как «сущее» и «должное». Выявлены противоречия инновационного развития высшего образования в России. Одно из противоречий состоит в необходимости создания и развития инновационной инфраструктуры и применяемой методологией оценки эффективности деятельности вузов, отраженной в показателях самообследования и мониторинга, не стимулирующих эти процессы. В частности, отсутствуют показатели деятельности, оценивающие состояние и развитие учебно-методического, научно-педагогического и организационного обеспечения деятельности вуза в инновационном контексте.

Система кайдзен как основа повышения объективности информации для целей управления представлена во второй главе монографии. В связи с наличием множественных трактовок системы кайдзен, неопределенности состава ее элементов исследование методологических основ системы приобретает все большее значение. Кайдзен как система находится на стыке учетных информационных систем и менеджмента и состоит из ряда элементов. Базовые элементы кайдзен могут быть разделены на группы: общетеоретические, структурные и методические. Общетеоретические элементы определяют методологическую сущность системы и состоят из: субъектов, объектов, принципов, функций и др. При проведении

классификации кайдзен выделены следующие классификационные основания: по аспектам рассмотрения, по направлениям совершенствования, по ресурсам, по сферам и др. При рассмотрении классификации по степени современности приведен перечень инструментов классического кайдзен. Кайдзен следует рассматривать в единстве групп базовых элементов: общетеоретических, структурных и методических элементов. Общетеоретические элементы системы кайдзен представлены объектами, субъектами, принципами, функциями и классификационными основаниями. Принципы и классификация кайдзен являются авторской разработкой. Структурные элементы системы кайдзен – это бережливое производство и контроллинг.

Качественные методы оценки конкурентоспособности представлены в третьей главе монографии.

В четвертой главе рассмотрен механизм реализации кадрового аудита на современном предприятии с позиций применения результатов кадрового аудита в процессе развития элементов внутренней предпринимательской среды.

Развитие малого предпринимательства в России отнесено к наиболее значимым направлениям деятельности органов власти всех уровней. Анализ экономической ситуации в национальной экономике свидетельствует о существенном повышении роли малого предпринимательства, который в период рыночных преобразований остается единственным стратегическим ресурсом, обеспечивающим отдачу вложенных средств и эффективное использование всех факторов производства.

Достигнутый к настоящему времени уровень развития малого предпринимательства недостаточен для создания новых рабочих мест, освоения новых сегментов, оживления «спроса - предложения» на промышленных и товарных рынках, появления самостоятельных источников дохода частной предпринимательской инициативы у экономически активного населения, снижения социальных нагрузок на бюджеты всех уровней.

В пятой главе монографии рассматривается социально-экономический аспект и роль малого и среднего предпринимательства, мировые тенденции его развития в экономики России и отдельных стран Европы, Америки и Азии. Описан класс отечественных предпринимателей, сформировавшийся в России после 1986 гг. Анализируются имеющиеся и планируемые формы поддержки предпринимательства, факторы и условия развития в рамках российской инфраструктуры.

В шестой главе представлены результаты дослідження капіталу як об'єкта обліково-аналітичної системи підприємства. Визначено роль капіталу в господарській діяльності підприємств роздрібної торгівлі, його місце в складі господарських ресурсів, економічна сутність та види в контексті обліково-аналітичного забезпечення потреб управління на сучасному етапі розвитку економіки України.

В седьмой главе монографии ставится задача рассмотрения процесса совместных покупок как социально-экономического явления. Описан механизм совместных покупок, на основе анализа экономических и социальных мотивов организаторов и участников, сделан вывод о трансформации основополагающей

мотивации. Проведено сравнение процесса приобретения товаров путем совместной покупки с интернет-магазинами, выявлены его преимущества и недостатки. Определено, что в настоящее время организация совместных покупок находится в переходном сегменте дуальной системы «формальная-неформальная экономика». Рассмотрены перспективы процесса легализации совместных покупок. Зафиксированы устоявшаяся языковая практика участников и организаторов. В процессе исследования сделан вывод о появлении и развитии совместных покупок как о адаптационной стратегии населения.

Новый налог на недвижимое имущество физических лиц вступил в силу с 1 января 2015 года. Однако, не все субъекты РФ перешли на новый способ исчисления налога. В данном научном исследовании представлены основные проблемные аспекты перехода на налогообложение недвижимости по кадастровой стоимости, а также, порядок проведения государственной кадастровой оценки, показатели регистрационной деятельности. Особое внимание уделено зарубежному опыту налогообложения недвижимого имущества физических лиц.

В восьмой главе изучен вопрос налогообложения недвижимости физических лиц: проблемы реформирования и перспективы развития. Новый налог на недвижимое имущество физических лиц вступил в силу с 1 января 2015 года. Однако, не все субъекты РФ перешли на новый способ исчисления налога. В данном научном исследовании представлены основные проблемные аспекты перехода на налогообложение недвижимости по кадастровой стоимости, а также, порядок проведения государственной кадастровой оценки, показатели регистрационной деятельности. Особое внимание уделено зарубежному опыту налогообложения недвижимого имущества физических лиц.

В девятой главе раскрыт цикл развития теоретического знания не только вглубь, но за счет трансляции в новые сферы, его трансформация из предписания для наличной практики в процедуры по будущему практическому изменению объектов, подвергаемых коррупции. Выявлены направления развития научной дискуссии о коррупции, характер ее эволюции по областям научных знаний, методам, подходам к исследованию и способам интерпретации. Выполненная систематизация теорий коррупции демонстрирует применяемые исследователями формы обобщения представлений о ее действительных закономерностях и существенных связях.

ГЛАВА I. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК УСЛОВИЕ РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ[©]

Императивом социально-экономического развития России на современном этапе является реализация концепции «новой индустриализации» (реиндустриализации). Речь идет не просто об импортозамещении в отраслях, обеспечивающих национальную безопасность (оборона, сельское хозяйство, медицина), а создании принципиально новой экономики, базирующейся на знаниях и инновациях. В этом контексте достаточно часто в научной литературе встречается понятие «инновационное развитие». Применительно к экономике это стало своего рода штампом, не вызывающим полемики. Как указывают во введении своей монографии И.В. Иванов и В.В. Баранов [11], «стратегическим направлением развития российских предприятий в посткризисной экономике становится инновационный путь развития». Таким образом, «инновационный путь развития» и «инновационное развитие» можно считать однопорядковыми понятиями.

Перспективы развития российской экономики связываются именно с переходом к высокотехнологичным производствам, основанным на использовании наукоемких технологий (процессных инноваций) и производстве продукции (продуктовых инноваций) с высоким уровнем затрат интеллектуального труда. Поэтому формирование в отечественной экономике высокотехнологичных предприятий и их интеграция в мировое экономическое пространство – это вопрос не только выживания большинства отраслей народного хозяйства, но и дальнейшего развития на основе активизации инновационных факторов [11, с. 6].

Рассматривая высшее образование в качестве отрасли экономики, мы считаем корректным говорить об «инновационном развитии высшего образования в России» или об «инновационном пути развития высшего образования». Цель данной статьи состоит в обосновании данной дефиниции, раскрытии ее качественной определенности и демонстрации прикладного значения при оценке эффективности деятельности вузов.

Инновационное развитие высшего образования в России: категориально-понятийный анализ

В контексте нашего исследования следует уточнить базовые понятия –

[©] *Романов Е.В., Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, г. Магнитогорск*

«инновация» и «инновационное развитие».

В Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998-2000 годы [18] приведены следующие определения данных дефиниций.

«Инновация (нововведение)» – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

«Инновационная деятельность» – процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки.

Из данных определений неясно, чем определяется степень новизны продукта (технологического процесса). Как известно, существует объективная и субъективная новизна. Так в процессе изобретательской деятельности фиксируется факт объективной новизны, субъективная новизна проявляется в процессе рационализаторской деятельности. Данный вопрос нам представляется очень важным не только в теоретико-методологическом, но и практическом смысле. Если исходить из того, что «инновационная деятельность – это процесс, направленный на реализацию научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт», то, следуя этой логике, создание нового (для страны) продукта на базе запатентованной технологии десятилетней давности, приобретенной предприятием, следует считать инновацией. Такой подход будет способствовать фиксации технологического отставания России от передовых (в технологическом смысле) стран.

Из приведенных выше определений также неясно, является ли инновацией патент (как новый интеллектуальный продукт), который может быть реализован на рынке и соответственно использован в практической деятельности.

Для ответа на поставленные вопросы следует проанализировать существующие подходы к определению базового понятия.

Анализ подходов к определению понятия «инновация» отечественными и зарубежными исследователями (табл. 1) дает основание судить о том, что в качестве ближайшего рода исследователи указывают:

- а) результат (творческой, научно-технической и собственно инновационной) деятельности;
- б) комбинацию (производственных, интеллектуальных) ресурсов и факторов;

в) процессы, приводящие к появлению новшеств.

Таблица 1. Определение понятия «инновация»

Источник	Определение	Родовое понятие
Научно-технический прогресс. Словарь/ Под ред. Р.Г. Яновского и др. [15]	Инновация (нововведение) – результат творческой деятельности, направленный на разработку, создание и распространение новых видов изделий, технологий, внедрение новых организационных форм и т.д.	Родовое понятие – результат творческой деятельности
Гришин В.В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики [7]	Инновации (нововведение) – результат научно-технической деятельности, оформленный как объект интеллектуальной собственности, материализованный в производственной сфере (осуществленный в сфере услуг) и востребованный потребителем.	Родовое понятие – результат научно-технической деятельности
Менеджмент/ Под ред. А.Л. Гапоненко [13]	Инновация – конечный результат ИД, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.	Родовое понятие – результат инновационной деятельности
Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями/ Под ред. Б.З. Мильнера [12]	Инновации – новая комбинация производственных и интеллектуальных ресурсов, ... которые открывают дорогу новым товарам и услугам, методам производства, источникам сырья и технологиям.	Родовое понятие – комбинация ресурсов
Шумпетер Й. Теория экономического развития [41]	Инновация – новая научно-организационная комбинация производственных факторов, мотивированная предпринимательским духом. Инновации – это проявление двух миров: мира техники и мира бизнеса. Когда измерение проходит	Родовое понятие – комбинация производственных факторов

	на уровне технологии – это изобретение, а когда к изменениям подключается бизнес, они становятся инновациями.	
Такер Роберт Б. Инновации как формулы роста [33]	Инновация – это выдвижение новых идей и воплощение их в жизнь. Ее креативный аспект – инкубация новых идей, самое главное в процессе. Если не будет идей, то не будет и шанса на инновацию.	Родовое понятие – выдвижение (формулировка) идей
Чесборо Г. Открытые инновации [40]	Инновации – нечто, существенно отличающееся от изобретений. За инновациями стоят процессы реализации изобретений и доведение их до рынка.	Родовое понятие как таковое – отсутствует

Если рассматривать определения Й. Шумпетера, Роберта Б. Такера, Г. Чесборо, то эти определения в формальном смысле слова сложно назвать научными.

А.А. Гретченко [6, с. 36] под инновацией понимает «результат трансформации идей, исследований, разработок в новое или усовершенствованное научно-техническое или социально-экономическое решение, результат которого должен получить общественное признание, т.е. найти применение в практической деятельности в настоящий период и в будущем», что также не совсем точно отражает сущность данного понятия.

Из всех приведенных определений только в определении, приведенном в работе В.В. Гришина [7], фиксируется, что инновация – это результат научно-технической деятельности, оформленный как объект интеллектуальной собственности (что является основанием считать новый результат новшеством).

Нам представляется, что во всех приведенных определениях отсутствует видовой признак – социальная значимость. И в этом смысле рассматривая трактовку понятия «инновация», которая приведена в новейшем философском, социологическом словарях, словарях по социальной психологии и терминов по социальной статистике мы считаем важным понимание инновации как **комплексного процесса** (выделено мною – Е. Р.) создания, распространения и использования нового практического средства (новшества), порождающего значимые изменения в социальной практике, с целью удовлетворения человеческих потребностей (табл. 2.).

Таблица 2. Сущность понятия «инновация»

Источник	Определение понятия
<p>Новейший философский словарь [17, с. 268]. Социологический словарь [33]</p>	<p>позднелат. inovatio, англ. innovation – (нововведение) - явления культуры, которых не было на предшествующих стадиях ее развития, но которые появились на данной стадии и получили в ней признание («социализировались»); закрепившиеся (зафиксированные) в знаковой форме и (или) в деятельности посредством изменения способов, механизмов, результатов, содержаний самой этой деятельности. Во втором случае чаще используют понятие «нововведение», выражая его сущность в терминах инновационной деятельности и инновационных процессов (если учитывается процесс сопряженных изменений в среде) и раскрывая его содержание как комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся в ходе развития социокультурных систем и субъектов. Однако это суждение и предметизация понятия «инновация» подходит. под задачи конкретных сфер человеческой деятельности – менеджмент и теорию (социологию) управления. Второе понимание инновации может быть рассмотрено в более широкой рамке культуры как технологизация первого понимания.</p>
<p>Словарь по социальной психологии [32, с. 48]</p>	<p>(нововведение) (социально-психологический аспект) — создание и внедрение различного вида новшеств, порождающих значимые изменения в социальной практике. Различают социально-экономические, организационно-управленческие, технологические инновации. Инновационная деятельность, не являясь процессом, поддающимся формализации, требует учета человеческого фактора, в частности, преодоления социально-психологических барьеров, возникающих на всех этапах ее развертывания. В эту деятельность вовлечены различные социальные группы (заказчики, непосредственные разработчики, изготовители опытных образцов, макетов и др.), каждая из которых имеет собственные интересы, задачи и цели. Члены каждой из групп могут иметь неоднозначные представления, ожидания, эмоциональные переживания, связанные с возможными последствиями И. Преодолению социально-психологических барьеров инновационной</p>

	<p>деятельности способствуют: 1) учет установок, ценностных ориентаций, этических норм поведения ее участников; 2) применение социально-психологических методов активного обучения работников с целью развития инновационных способностей, формирования готовности к восприятию и участию в инновации.</p>
<p>Словарь терминов по социальной статистике [31]</p>	<p>конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке; нового или усовершенствованного технологического процесса, использованного в практической деятельности; в новом подходе к социальным услугам. Типы инновации: 1) введение нового продукта, 2) введение нового метода производства, 3) создание нового рынка, 4) освоение нового источника поставки сырья или полуфабрикатов, 5) реорганизация структуры управления. В зависимости от вида внедрения различают: 1) продуктовые инновации – охватывают внедрение новых или усовершенствованных продуктов; 2) процессные инновации – освоение новых или значительно усовершенствованных методов производства, изменения в оборудовании, организации производства, направленные, как правило, на выпуск новой продукции.</p>

Понятие инновации, приведенное в словаре терминов по социальной статистике, фиксирующее, что инновация – это результат инновационной деятельности – товар (услуга) с новой потребительской ценностью или процесс создания нового товара (услуги) или новый подход к социальным услугам, несомненно, обедняет содержание этого понятия.

Проведенный анализ позволяет зафиксировать три важных факта: во-первых, инновации – это внедренные новшества (о понятии «новшество» будет сказано ниже).

Во-вторых, инновации порождают **значимые изменения** в сферах их создания, распространения и использования: социально-экономической, организационно-управленческой и технологической (технико-технологической). Исходя из этого, содержание инноваций заключается в изменении способов, механизмов, результатов и содержания самой деятельности в социально-экономической, организационно-управленческой и технико-технологической сферах.

В-третьих, инновационной деятельности присущ комплексный характер: с одной стороны, изменения в одной из сфер, например, технико-технологической предполагает и изменение в организационно-управленческой сфере. В конечном итоге, создание востребованных рынком товаров (работ, услуг), удовлетворяющих новым потребностям людей на основе технико-

технологических и организационно-управленческих новшеств, приведет к изменению в социально-экономической сфере (выражающиеся, например, в повышении качества жизни). С другой стороны, изменения в технико-технологической сфере определяют изменения в маркетинговой, финансовой и других видах деятельности, влияющих на ее результат.

По нашему мнению, на комплексный характер инноваций и деятельности по их созданию указывает Ф. Янсон [44, с. 15], который отмечал, что «инновации – магистральный путь, обеспечивающий постоянный рост и процветание компании. Инновации – явления, имеющие, по крайней мере, один из следующих аспектов: технологический, прикладной, рыночного сегментирования или группирования потребителей, организационный.

Инновации – как коммерциализация чего-то нового, что может быть: Т – новой технологией; А – новым приложением в форме новых товаров, услуг или процессов; М – новым рынком или рыночным сегментом; О – новой организационной формой или новым подходом к менеджменту, а также комбинацией двух или более составляющих (ТАМО)».

Данный подход базируется на позиции основоположника инноватики Й. Шумпетера [41, с. 27], который считал, что инновации – эта новая научно-организационная форма производственных факторов, мотивированная предпринимательским духом с целью коммерциализации, в основе которой лежат изменения, влияющие на развитие, в том числе:

- за счет применения новых технологий, техники, процессов, рыночных механизмов;
- посредством использования продуктов, обладающих новыми свойствами; применения новых видов сырья;
- за счет организационных изменений в производственном процессе, в материально-техническом снабжении;
- за счет стратегии сбыта, выхода на новые рынки.

Рассматривая данную позицию применительно к высшему образованию, мы считаем, что степень эффективности инновационной деятельности в вузе будет определяться комбинацией этих факторов. В качестве примера можно привести феномен дистанционного обучения. Составляющие ТАМО будут выглядеть следующим образом:

Т – новая технология – информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в обучении с целью повышения результативности и доступности высшего образования;

А – новое приложение – обучение с использованием дистанционных образовательных технологий;

М – новый рынок или рыночный сегмент – обучение взрослых как реализация концепции «обучение всю жизнь»;

О – новая организационная форма или новый подход к менеджменту. Сетевая форма взаимодействия образовательных организаций с использованием дистанционных технологий обучения обеспечивает увеличение доступности образования и является способом повышения

компетентности (и финансового обеспечения) участников сетевого взаимодействия. Новый подход к менеджменту будет состоять в развитии адаптивных организационных структур в самой образовательной организации.

Следует указать, что определенная часть исследователей понятия «инновация» и «новшество» считают синонимичными. В частности в работе С.Г. Фалько и Н.Ю. Ивановой [35] приводится следующее определение: «Инновация (от лат. *innovatio*) – обновление. Под инновацией можно понимать любые новшества, а также процессы, приводящие к появлению новшеств». В учебнике И.Э. Берзиня и др. – «инновации – любые процессы, приводящие к появлению новшеств» [43].

Такая позиция нам представляется не совсем верной: само по себе новшество может и не стать инновацией. С одной стороны, новшество предполагает юридическое оформление приоритета.

Новшество – оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой либо сфере деятельности по повышению ее эффективности [35, с. 15].

Новшество – это признанный государством, корпорацией или организацией способ воплощения научно-технической идеи, оформленный в виде патентов на изобретения, свидетельств на полезные модели, селекционные достижения, программы ЭВМ, базы данных, топологии интегральных микросхем и ноу-хау (технологический процесс и т.п.) [1, с. 65].

С другой стороны, само по себе наличие новшества не свидетельствует о его способности удовлетворять выявленные потребности. Для этого необходимо внедрение новшества (фаза нововведения).

В своем диссертационном исследовании Е.В. Ерохина отмечает, что общим признаком инновации является то, что она должна быть внедрена и от ее внедрения должен быть получен положительный эффект [9].

Таким образом, соотношение новшества и инновации может быть представлено схемой:

новшество – внедрение новшества – результат (инновация).

Как мы уже отмечали выше, важной (а в некоторых случаях и определяющей) характеристикой результата является его социальная значимость.

В частном случае возможно говорить, что инновацией может быть признано внедренное новшество, принесшее коммерческий результат, т.е. внедрение новшества + коммерциализация = инновация.

Специфика социальных новшеств и инноваций заключается в том, что социальное новшество не всегда можно оформить в виде патента на изобретение, свидетельства на полезные модели, программы ЭВМ, базы данных, ноу-хау и т.д. (хотя к этому необходимо стремиться). В качестве примера можно привести патент на изобретение (Способ целенаправленного управления усвоением учебного материала), заявителем и правообладателем которого является Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ) [2]. Полученный положительный эффект от внедрения не всегда можно

выразить в денежном эквиваленте.

Эффективность социальных инноваций (к которым относится образование) не всегда может быть оценена с точки зрения коммерческого успеха напрямую. Например, внедренную новую технологию обучения, способствующую более результативному и эффективному процессу формирования требуемых компетенций будущего специалиста, достаточно сложно оценить с коммерческой точки зрения. В данном случае эффект имеет, во-первых, отложенный характер, во-вторых, он будет определяться показателями, которые, на первый взгляд, сложно оценить финансово:

1. Быстрое трудоустройство выпускника.
2. Карьерный рост молодого специалиста.
3. Профессиональная мобильность (способность переобучаться и т.д.).

Резюмируя вышеизложенное, отметим следующее. Существенными признаками инноваций являются:

1. Порождение значимых (социально значимых) изменений в сферах их создания.
2. Комплексность (изменения в одном компоненте системы с неизбежностью влекут изменения в других компонентах и всей системе в целом).
3. Необходимость внедрения.
4. Получение положительного (желательно коммерческого) результата.

Специфика образовательных инноваций предопределена спецификой интеллектуального потенциала вуза, которая заключается в том, что менее половины информации сохраняется в явной (формализованной) форме (в виде учебных пособий, учебно-методических комплексов и т.д.). Это согласуется с результатами исследований, в которых отмечается, что в организации документируется самая важная информация, в то время как 40-50% информации, составляющих основу знания по непрерывному совершенствованию деятельности, не документируется и теряется [45]. Основная часть знания существует в неявном (неформализованном) виде, который неотделим от ее обладателя – человека или группы лиц. По оценкам экспертов, 42% корпоративных знаний «затерты» в головах сотрудников и лишь 24% существуют в виде бумажных документов [8, с. 32]. Этим объясняется тот факт, что многие знания после формулирования или систематизации лишаются значительной части содержательных нюансов, основанных на индивидуальной интерпретации и опыте использования [46].

Вышесказанное в полной мере относится к высшей школе. Как правило, методика преподавания дисциплин не является предметом авторского права, предметом интеллектуальной собственности преподавателей являются научные разработки. Таким образом, основная доля интеллектуального потенциала вуза имеет неявную форму. Два преподавателя, имеющих формально одинаковую квалификацию (степень), работая по единой рабочей программе, дадут различный образовательный результат. И в этом смысле потеря аккумулированного опыта для вузов – одна из проблем, ведущих в

перспективе к утере завоеванных конкурентных позиций. Актуальной становится решение проблемы передачи знаний, имеющих неявную форму, молодым преподавателям, сохранение преемственности в передаче «спрессованного» человеческого опыта подрастающим поколениям. Данная задача приобретает особую актуальность в случаях потенциальной возможности трансформации знания в интеллектуальные активы организации [29, с. 96].

Исходя из этого, решающим фактором производства становится сам человек, т.е. его знания, особенно научные, интеллект, способности формировать взаимосвязанные и компактные организации, также как его возможности отвечать на потребности других людей и удовлетворять их [4, с. 93].

В современных условиях человек рассматривается не просто как инструмент для выполнения определенной работы, но как изменяющаяся самодостаточная система, способная с течением времени осваивать разнообразные виды работ и аккумулировать новые знания, создавать и увеличивать стоимость [10].

Резюмируя вышеизложенное, под **образовательными инновациями** мы будем понимать комплексный процесс создания, внедрения (распространения) и использования новшеств (в том числе в части набора и отбора абитуриентов, профессиональной подготовки и трудоустройства выпускников), порождающих значимые изменения в социальной практике, дающих положительный (в том числе коммерческий) результат при удовлетворении человеческих потребностей.

Приоритетом в разработке образовательных инноваций мы считаем создание, внедрение и использования новшеств, связанных с основной функцией образования – оснащение обучаемого «спрессованным» человеческим опытом, обеспечивающим «встраивание» субъекта в социальную систему для решения общественных и личностных задач.

В последнее время в научной литературе часто используется понятие «инновационное развитие», под которым, в частности, понимается, прежде всего, цепь реализованных новшеств [16, с. 58]. Мы склонны считать, что инновационное развитие – есть процесс перехода системы (общества, индивида) в новое качественное состояние на основе внедрения новшеств. Инновационное развитие, как и инновация, носит комплексный характер.

Понимание комплексного характера инновационного развития представляется нам очень важным. Мы разделяем точку зрения авторов политологических очерков [3, с. 15], которые указывают, что во всех программных документах, определяющих основы инновационного развития России, «просматривается крен в сторону технологической интерпретации инновационного развития. Между тем проблема имеет и другой, не менее важный аспект – социальный, требующий философского, социологического и политологического осмысления. Более того, в условиях глубокой, длительной и по многим параметрам неопределенной трансформации общественной

системы, социальные инновации в проблематике нового типа развития выходят на передний план. От того, как они осуществляются (или не осуществляются), зависят содержание и направленность, а в конечном счете – успех или неудача решения проблем прорывных технологических инноваций».

Реализация концепции создания и совершенствования интеллектуальных ресурсов связывает воедино два аспекта инновационного развития – технологический и социальный. С одной стороны, без интеллектуальных ресурсов невозможно обеспечить технологическую составляющую инновационного развития, с другой стороны, сам процесс создания и развития интеллектуальных ресурсов реализуется в социальной сфере, в первую очередь в сфере образования (рис. 1).



Рис. 1. Взаимосвязь технологического и социального аспекта инновационного развития

Сказанное подтверждает необходимость разработки стратегии подготовки кадров в системе высшего образования в контексте реализации программных документов инновационного развития России.

Резюмируя вышеизложенное: **инновационное развитие высшего образования** представляет собой процесс перехода образовательной системы в новое качественное состояние на основе внедрения новшеств.

Инновационное развитие связано с понятием инновационного потенциала. В частности А. Гретченко предлагает следующую трактовку этого понятия [6, с. 43-44]: «как способность системы к трансформации фактического порядка

вещей в новое состояние с целью удовлетворения существующих или вновь возникающих потребностей (субъекта-новатора, потребителя, рынка и т.п.). Эффективное использование инновационного бделаает возможным переход от скрытой возможности к явной реальности, т.е. из одного состояния в другое (от традиционного к новому). Следовательно, инновационный потенциал – это своего рода характеристика способности системы к изменению, улучшению, прогрессу. Вместе с тем это не связано с энтропией. Следовательно, инновационный потенциал – это своего рода характеристика способности системы к изменению, улучшению, прогрессу».

В контексте нашего исследования мы считаем целесообразным введение понятия «потенциал инновационного развития». При этом данное понятие не является синонимом понятию «инновационный потенциал». «Инновационный потенциал» является необходимым условием реализации «потенциала инновационного развития». «Инновационный потенциал» «фиксирует» определенное состояние организации в части способности к разработке инноваций; в понятии «потенциал инновационного развития» отражаются «скрытые возможности» организации, в основе которых лежит «инновационный потенциал». В какой-то мере «инновационный потенциал» и «потенциал инновационного развития» соотносятся как «сущее» и «должное». Знания о сущем (сущности инновационного потенциала) реализуются в политике развития организации, и этой политике необходимо придать нормативный характер. Нормы (показатели развития организации) приобретают характер долженствования (потенциал инновационного развития). Исходя из диалектики сущего и должного, приоритетом образовательной политики должно быть воспроизводство и качественное преобразование человеческих ресурсов, обеспечивающим воспроизводство материальных и духовных ценностей (научно-технический прогресс), в процессе которого удовлетворяются потребности личности и государства [5, с. 88].

Потенциал инновационного развития образовательной организации **состоит в способности:**

а) прогнозировать потребность общества в новшестве, порождающем значимые изменения в социальной практике, удовлетворяющем возрастающие человеческие потребности;

б) концентрировать ресурсы (человеческие, материально-технические, информационные и др.), эффективно использовать комбинацию ресурсов и возможностей в процессе создания, распространения и использования нового практического средства (новшества).

Таким образом, реализация потенциала инновационного развития вуза предполагает осуществление стратегического планирования деятельности, а, следовательно, способность руководителей всех структурных подразделений вуза овладеть этой методологией.

Исходя из сказанного, управление инновационным развитием представляет собой процесс, в результате которого определенным образом мотивированный руководитель, имеющий видение конечного результата (прогноза потребностей

общества в новшестве), концентрирует ресурсы, эффективно использует комбинацию ресурсов и возможностей, мотивирует исполнителей на выполнение спланированной, организованной, координированной и контролируемой деятельности по созданию, распространению и использованию нового практического средства (новшества), порождающего значимые изменения в социальной практике.

Противоречия инновационного развития высшего образования в России

Наличие инновационного потенциала и преобразование его в потенциал инновационного развития предполагает наличие (создание) инновационной инфраструктуры. Очевидно, что инновационная инфраструктура в образовании имеет свою специфику.

Приказом Минобрнауки России от 23 июня 2009 года № 218 был утвержден Порядок создания и развития инновационной инфраструктуры в сфере образования [23].

Через четыре года Приказом Министерства образования и науки утверждена новая редакция Порядка создания и развития инновационной инфраструктуры в сфере образования [24].

Для лучшего понимания отличий в содержании анализируемых документов в табл. 3 представлено сопоставление содержания раздела I. «Общие положения» данных документов (полужирным шрифтом выделены отличающиеся позиции).

Таблица 3. Содержание раздела I. «Общие положения»

Приказ Минобр РФ от 23 июля 2013 г. № 611	Приказ Минобр РФ от 23 июня 2009 г. № 218
<p>1. Порядок формирования и функционирования инновационной инфраструктуры в системе образования (далее - инновационная инфраструктура) определяет правила формирования и функционирования инновационной инфраструктуры, в том числе ее состав, основные направления инновационной деятельности, а также порядок признания организации федеральной инновационной площадкой.</p> <p>2. Инновационная инфраструктура формируется в целях обеспечения модернизации и развития системы образования с учетом основных направлений социально-экономического развития Российской Федерации, реализации приоритетных направлений</p>	<p>1. Настоящий Порядок определяет правила создания и развития инновационной инфраструктуры в сфере образования (далее - инновационная инфраструктура), в том числе ее состав, основные направления деятельности.</p> <p>2. Инновационная инфраструктура создается в целях обеспечения модернизации и развития сферы образования с учетом перспектив и основных направлений социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период, реализации приоритетных направлений государственной политики Российской Федерации в сфере образования, интеграции системы образования в Российской Федерации в</p>

государственной политики Российской Федерации в сфере образования.

3. Инновационную инфраструктуру составляют федеральные и региональные инновационные площадки (далее - инновационные площадки).

4. Основными направлениями деятельности инновационных площадок являются:

1) разработка, апробация и (или) внедрение:

новых элементов содержания образования и систем воспитания, новых педагогических технологий, учебно-методических и учебно-лабораторных комплексов, форм, методов и средств обучения в организациях, **осуществляющих образовательную деятельность, в том числе с использованием ресурсов негосударственного сектора;** примерных основных образовательных программ, инновационных образовательных программ развития образовательных организаций, работающих в сложных социальных условиях; новых профилей (специализаций) подготовки в сфере профессионального образования, обеспечивающих формирование кадрового и научного потенциала в соответствии с основными направлениями социально-экономического развития Российской Федерации;

методик подготовки, профессиональной переподготовки и (или) повышения квалификации кадров, в том числе педагогических, научных и научно-педагогических работников и руководящих работников сферы образования, на основе применения современных образовательных технологий;

новых механизмов, форм и методов управления образованием на разных

международное образовательное пространство, более полного удовлетворения образовательных потребностей граждан.

3. Инновационную инфраструктуру составляют федеральные и региональные инновационные площадки (далее - инновационные площадки).

4. Основными направлениями деятельности инновационных площадок являются:

1) разработка, апробация и (или) внедрение:

новых элементов содержания образования и систем воспитания, новых педагогических технологий, учебно-методических и учебно-лабораторных комплексов, форм, методов и средств обучения в образовательных организациях;

примерных основных образовательных программ, инновационных образовательных программ;

новых профилей (специализаций) подготовки в сфере профессионального образования, обеспечивающих формирование кадрового и научного потенциала в соответствии с основными направлениями социально-экономического развития Российской Федерации;

методик подготовки, переподготовки и (или) повышения квалификации кадров, в том числе педагогических, научных и научно-педагогических работников и руководящих работников сферы образования, на основе применения современных образовательных технологий;

моделей образовательных организаций;

новых механизмов, форм и методов управления образованием на разных уровнях, в том числе с использованием современных технологий;

новых институтов общественного

<p>уровнях, в том числе с использованием современных технологий; новых институтов общественного участия в управлении образованием; новых механизмов саморегулирования деятельности объединений образовательных организаций и работников сферы образования, а также сетевого взаимодействия образовательных организаций;</p> <p>2) иная инновационная деятельность в сфере образования, направленная на совершенствование учебно-методического, научно-педагогического, организационного, правового, финансово-экономического, кадрового, материально-технического обеспечения системы образования.</p> <p>5. Инновационные площадки осуществляют деятельность в сфере образования по одному или нескольким направлениям как в рамках инновационных проектов (программ), выполняемых по заказу Министерства образования и науки Российской Федерации (далее - Министерство), органов государственной власти субъектов Российской Федерации, так и по инициативно разработанным инновационным проектам (программам).</p> <p>6. Федеральными инновационными площадками признаются организации, осуществляющие образовательную деятельность, и иные действующие в сфере образования организации, а также их объединения (далее - организации), независимо от их организационно-правовой формы, типа, ведомственной принадлежности (при их наличии), реализующие инновационные проекты (программы), которые имеют существенное значение для обеспечения модернизации и</p>	<p>участия в управлении образованием; новых механизмов саморегулирования деятельности объединений образовательных организаций и работников сферы образования, а также сетевого взаимодействия образовательных организаций;</p> <p>2) иная инновационная деятельность в сфере образования, направленная на совершенствование учебно-методического, организационного, правового, финансово-экономического, кадрового, материально-технического обеспечения системы образования в Российской Федерации.</p> <p>5. Инновационные площадки осуществляют деятельность в сфере образования по одному или нескольким направлениям как в рамках инновационных образовательных проектов (программ), выполняемых по заказу Министерства образования и науки Российской Федерации (далее - Министерство), органов государственной власти субъектов Российской Федерации, так и по инициативно разработанным инновационным образовательным проектам (программам), которые имеют существенное значение для обеспечения реализации основных направлений государственной политики Российской Федерации в сфере образования и решения других перспективных задач развития образования.</p> <p>6. Статус инновационной площадки присваивается образовательным организациям независимо от их организационно-правовой формы, типа, вида, ведомственной принадлежности (при их наличии), их объединениям, а также научным и иным организациям, осуществляющим деятельность в области образования (далее -</p>
--	--

развития системы образования с учетом основных направлений социально-экономического развития Российской Федерации, реализации приоритетных направлений государственной политики Российской Федерации в сфере образования.	организации).
--	----------------------

В новой редакции Порядка отсутствует позиция, что инновационная инфраструктура создается на долгосрочный период и ее создание обеспечит интеграцию системы образования в Российской Федерации в международное образовательное пространство, будет способствовать более полному удовлетворению образовательных потребностей граждан (п.2. общих положений). Важным нам представляется добавление в п.4. Общих положений позиций, которые касаются основных направлений деятельности инновационных образовательных площадок: предполагается, что инновационной образовательной площадкой может стать и организация, осуществляющая образовательную деятельность, в том числе с использованием ресурсов негосударственного сектора.

Существенно, что в новой редакции Порядка из п. 4. Общих положений исключено положение о том, что основные направления деятельности инновационных площадок предполагают разработку моделей образовательных организаций.

Выделенные основные направления деятельности инновационных площадок связаны в первую очередь с деятельностью, направленной на совершенствование учебно-методического, научно-педагогического и организационного обеспечения системы образования. Вместе с тем предполагается, что инновационная деятельность касается и совершенствования правового, финансово-экономического, кадрового, материально-технического обеспечения системы образования. В этом смысле в документе нечетко прописаны компетенции образовательных организаций в части совершенствования правового, финансово-экономического, кадрового и материально-технического обеспечения системы образования.

Мы полагаем, что системообразующим блоком, обеспечивающим эффективное функционирование системы образования, является финансово-экономический блок.

В настоящее время можно рассматривать три источника финансирования образовательной деятельности вузов: а) бюджетное финансирование; б) финансирование от доходов созданных фондов целевого капитала (далее ЦК); в) финансирование за счет образовательных кредитов физических лиц.

В данном случае доходы вуза от НИОКР мы рассматриваем в качестве отдельного источника, поскольку получаемые от этой деятельности средства преимущественно реинвестируются в НИОКР.

По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», «все большее число

ведущих вузов России получают поддержку и собственных выпускников, вкладывающих средства в фонды целевого капитала вузов – эндаумент-фонды. **Сегодня треть вузов – 34 из сотни лучших – имеют свои эндаумент-фонды.** По данным вузов, самые крупные фонды созданы выпускниками МГИМО (1,1 млрд. руб.), МФТИ (1 млрд. руб.) и СПбГУ (0,95 млрд. руб.)» [42].

Вместе с тем существуют определенные ограничения, которые заложены в Федеральных законах № 275-ФЗ [37] и № 328-ФЗ [38], определяющих правила создания и использования фондов целевого капитала.

1. Федеральный закон № 275-ФЗ и поправки в него в соответствии с законом № 328-ФЗ не создают условий, при которых корпорации были бы заинтересованы в создании и поддержке фондов ЦК. Не предусмотрены налоговые вычеты для корпораций: вычета налога из прибыли (из которой вносятся пожертвования) не происходит.

2. Создание фонда целевого капитала возможно только в том случае, если собранная сумма пожертвований достигнет 3 млн. рублей, создан совет по использованию ЦК, при этом некоммерческая организация не может управлять этим фондом самостоятельно. Денежные средства должны быть переданы в доверительное управление управляющей компании. Если в течение года сумма собранных денежных средств не превысит 3 миллиона рублей, то ЦК не формируется.

3. Принцип «один целевой капитал – одна управляющая компания» ограничивает некоммерческую организацию в возможности диверсифицировать риски. **Не регламентирована возможность создания образовательной организацией собственной управляющей компании.**

4. Существуют ограничения на инвестирование в ряд активов (драгоценные металлы, углеводороды и т.д.), а также срочные инвестиционные инструменты (фьючерсы, опционы и т.д.).

Вышеизложенное предполагает внесение соответствующих поправок в закон, нацеленных на интенсификацию создания ФЦК в России.

Образовательное кредитование в России находится в состоянии становления. В существующих экономических условиях нам представляется маловероятным, что эта система будет активно развиваться в краткосрочной перспективе.

Таким образом, основным источником финансирования высшего образования продолжает оставаться бюджетное финансирование.

В настоящее время в России реализуется система нормативно-подушевого финансирования. В соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 29 апреля 2014 г № 420 определен перечень стоимостных групп специальностей и направлений подготовки и величина базовых нормативных затрат по этим группам [14].

В соответствии с приказом в **первую стоимостную группу** (базовые нормативные затраты на студента, обучающегося по направлениям бакалавриата и в специалитете – 63,37 тыс. рублей) вошли следующие укрупненные группы направлений подготовки бакалавриата и магистратуры:

математика и механика; компьютерные и информационные науки; экономика и управление; социология и социальная работа; юриспруденция; политические науки и регионоведение; сервис и туризм; образование и педагогические науки; языкознание и литературоведение; история и археология; философия, этика и религиоведение; теология; искусствоведение.

Специалитет: математика и механика; экономика и управление; юриспруденция; образование и педагогические науки (педагогика и психология девиантного поведения); языкознание и литературоведение (перевод и переводоведение).

Во второй стоимостной группе (базовые нормативные затраты на студента, обучающегося по направлениям бакалавриата и в специалитете, – 70,0 тыс. рублей) отнесены следующие укрупненные группы направлений подготовки бакалавриата и магистратуры: физика и астрономия; химия; науки о земле; биологические науки; архитектура; техника и технология строительства; информатика и вычислительная техника; информационная безопасность; электроника, радиотехника и системы связи; фотоника, приборостроение, оптические и биотехнические системы и технологии; электро- и теплоэнергетика; машиностроение; химические технологии; промышленная экология и биотехнологии; техносферная безопасность и природообустройство; прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия; технологии материалов; техника и технологии наземного транспорта; управление в технических системах; технологии легкой промышленности; сестринское дело (бакалавриат); науки о здоровье и профилактическая медицина (магистратура); сельское, лесное и рыбное хозяйство; ветеринария и зоотехника; психологические науки; средства массовой информации и информационно-библиотечное дело; культуроведение и социокультурные проекты.

Специалитет: физика и астрономия; химия; биологические науки; техника и технологии строительства; информационная безопасность; электроника и системы связи; фотоника, приборостроение, оптические и биотехнические системы и технологии; машиностроение; химические технологии; техносферная безопасность и природообустройство; прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия; техника и технологии наземного транспорта; управление в технических системах; клиническая медицина; науки о здоровье и профилактическая медицина; фармация; ветеринария и зоотехника; психологические науки; культуроведение и социокультурные проекты.

К третьей стоимостной группе (базовые нормативные затраты на студента, обучающегося по направлениям бакалавриата и в специалитете, – 114 тыс. рублей) отнесены направления подготовки, преимущественно связанные с обеспечением безопасности, культурой и искусством: ядерная энергетика и технологии; физико-технические науки и технологии; оружие и системы вооружения; авиационная и ракетно-космическая техника; аэронавигация и эксплуатация авиационной и ракетно-космической техники; техника и технологии кораблестроения и водного транспорта; нанотехнологии и наноматериалы; физическая культура и спорт; сценические искусства и

литературное творчество; музыкальное искусство; изобразительные и прикладные виды искусств.

Специалитет: ядерная энергетика и технологии; физико-технические науки и технологии; оружие и системы вооружения; авиационная и ракетно-космическая техника; аэронавигация и эксплуатация авиационной и ракетно-космической техники; техника и технологии кораблестроения и водного транспорта; фундаментальная медицина; сценические искусства и литературное творчество; музыкальное искусство; изобразительные и прикладные виды искусств; экранные искусства.

По нашему мнению, выделенные стоимостные группы специальностей и направлений подготовки и предлагаемые нормативы финансирования не отражают приоритеты государства, которые связаны с обеспечением продовольственной безопасности, развитием информационных технологий и модернизацией экономики в контексте реализации стратегии «новой индустриализации»: норматив финансирования специальностей и направлений подготовки, которые составляют основу «новой индустриализации» (вторая группа), снижен по сравнению с предыдущими годами практически в 1,5 раза. Это можно рассматривать в качестве попытки стимулирования руководства негосударственных предприятий к софинансированию подготовки требуемых специалистов. Однако с учетом существующей экономической ситуации реализацию подобного «сценария» считаем маловероятной.

Следует указать на то, что норматив затрат на оплату труда ППС (затраты на оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда профессорско-преподавательского состава, включая страховые взносы во внебюджетные фонды, с учетом надбавок за ученые степени и должности) принят единым для всех стоимостных групп специальностей и направлений подготовки (для бакалавриата и специалитета 36,87 тыс. рублей). С одной стороны, предполагается, что нет различий в трудоемкости подготовки специалистов и бакалавров. С другой стороны, не делается различий в трудоемкости подготовки по направлениям прикладного и академического бакалавриата. Такой подход нам представляется, как минимум, спорным.

По нашему мнению, существующая система нормативно-подушевого финансирования «работает» в условиях массового обучения. А современная парадигма подготовки кадров высшей квалификации ориентирует систему образования на реализацию индивидуального и индивидуализированного обучения, при этом обучение в малых группах становится нормой. Соответственно необходима система мер для разрешения **противоречия** между «экономической целесообразностью» и требованиями модернизируемой экономики к качеству подготовки выпускников вузов, способных решать сложные задачи по возрождению России в экономическом, моральном и нравственных аспектах. Качество образования во многом определяется уровнем исходной подготовки абитуриентов и соотношением числа студентов, приходящихся на одного преподавателя. Это соотношение связано с размером субсидии, выделяемой вузу для осуществления образовательной деятельности.

Относительно поверхностный анализ показывает, что отношение 1:10 (а к 2020 году это соотношение увеличится до 1:13, в соответствии с целевыми индикаторами и показателями Государственной программы «Развитие образования» на 2013-2020 годы [19]) «работает» в условиях массовой подготовки, без потери качественных характеристик образования. Наша позиция строится на утверждении, что качественное преподавание предполагает «закрепление» за преподавателем 2-4 дисциплин, т.е. при среднем количестве дисциплин по образовательной программе, равном 60, количество штатных преподавателей, необходимых для ее обеспечения, составит 15-30 человек. Трудоемкость реализуемых образовательных программ должна служить основанием для определения размера субсидии образовательной организации для осуществления основной деятельности [27]. Законодательная регламентация предельного уровня учебной нагрузки преподавателей становится нормативным основанием обеспечения качества образования.

Достаточно просто определяется минимальная пороговая численность студенческого контингента, при снижении которой будет происходить ухудшение качества обучения вследствие увеличения числа дисциплин, приходящихся на одного преподавателя.

Например, рассмотрим подготовку будущих бакалавров направления «Менеджмент». Если из образовательной программы вычленим дисциплины гуманитарного, социального, естественно-научного, математического цикла и физическую культуру (математика, история, философия, информатика, иностранный язык, правоведение, основы социального государства, физическая культура), то останется 52 дисциплины профессионального цикла. При численности студентов 100 человек (1-4 курс), обучающихся по данной образовательной программе, потребуется 10 преподавателей (при нормативе 1:10). Таким образом, среднее число дисциплин, приходящихся на каждого преподавателя – 5,2. Для обеспечения образовательной программы 10% преподавателей должно быть докторами наук. Допустим, что доктор наук (1 человек), будет преподавать 2 дисциплины. В этом случае среднее количество дисциплин, приходящихся на одного преподавателя, увеличится до 5,8.

Следовательно, для того чтобы на каждого преподавателя, задействованного в реализации образовательной программы (профессиональный цикл дисциплин), в среднем приходилось 3 дисциплины, необходимо, чтобы студенческий контингент вырос до 190 человек (распределенных по всем курсам). При соотношении 1:10 это потребует 19 преподавателей, обеспечивающих реализацию дисциплин профессионального цикла. Конечно, данный расчет имеет предварительный характер: так за ассистентом, ведущим практические занятия за профессором, может быть закреплено более 3 дисциплин. Однако при сокращении ППС в «группе риска» оказываются преподаватели без ученой степени (ассистенты и старшие преподаватели) и лица пенсионного возраста.

Как правило, на факультете (в институте) реализуется несколько образовательных программ. Например, осуществляется подготовка по

образовательной программе «Бизнес-информатика» (кафедра бизнес-информатики) и «Менеджмент» (кафедра менеджмента). Допуская, что по направлению «Менеджмент» будет преподаваться 5 дисциплин, связанных с информационными технологиями, получаем, что на кафедре менеджмента будет преподаваться 47 дисциплин экономико-управленческого цикла. Предполагая, что 10 дисциплин по направлению «Бизнес-информатика» – это дисциплины экономико-управленческого цикла, оставшиеся 42 дисциплины будут преподаваться педагогами кафедры бизнес-информатики.

Если на факультете обучается 200 студентов – 100 по направлению «Бизнес-информатика», 100 – «Менеджмент», то штатная численность преподавателей составит 20 человек, на которых будет приходиться 89 дисциплин (47+42). Число дисциплин, приходящихся на одного преподавателя, – 4,45. Имея в виду, что для обеспечения образовательной программы необходимо 10% докторов наук (2 человека), каждый из которых будет вести 2 дисциплины, на оставшихся 18 преподавателей будет приходиться 85 дисциплин. Таким образом, среднее количество дисциплин вырастет до значения 4,7.

Для того чтобы на каждого преподавателя в среднем приходилось 3 дисциплины, необходимо, чтобы контингент вырос до 300 студентов. При соотношении 1:10 это потребует 30 преподавателей (включая докторов наук), обеспечивающих реализацию дисциплин профессионального цикла.

По аналогии можно определить пороговые значения численности студенческого контингента при обучении по нескольким образовательным программам.

Сказанное предполагает необходимость государственной регламентации нагрузки преподавателя в части определения предельного уровня аудиторной нагрузки, и нормативов на выполнение учебно-методической, научной и организационно-методической деятельности. Соответствующую аргументацию мы приводили в работе [27], опираясь на зарубежный и отечественный опыт.

Определение норматива аудиторной нагрузки является по существу инструментом фиксации предельного числа дисциплин, которые может преподавать работник высшей школы, это инструмент, обеспечивающий необходимое качество образования. **При этом мы исходим из того, что «постановка» дисциплины (разработка лекционного курса, практикума, диагностических материалов и т.д.) занимает от 3 до 5 лет.**

И в этом смысле сохранение аккумулированного опыта педагогических кадров должно стать в определенном смысле императивом стратегии реформирования высшего образования.

Отсутствие законодательной регламентации нагрузки преподавателей побуждает руководство вузов к поиску достаточно «экзотических» путей оптимизации деятельности. Например, в Уральском федеральном университете предполагается сократить 695,7 ставок профессорско-преподавательского состава (ППС), при этом «всем, кто на них работал, предложат на выбор одну

из возможных траекторий дальнейшей трудовой деятельности. В первую очередь это исследовательская работа: таким сотрудникам сократят аудиторную нагрузку и создадут все условия для активного и результативного научного поиска. Поскольку далеко не все готовы решать столь серьезные задачи, значительная часть вузовских работников, особенно старшего возраста, останется на чисто преподавательской работе, при этом вводятся новые должности: преподаватель-тренер (физподготовку студентов ведь тоже никто не отменял), преподаватель-лектор, профессор-консультант. По словам ректора, они сохраняют свои доходы по окладам и почасовую оплату за занятия и лекции.

Таким образом, просто произойдет перераспределение нагрузки одновременно с изменением задач. То есть при сокращении ППС количество ставок научных сотрудников вырастет на 40 процентов, а к 2020 году – на 350, а их доля в штате вуза за пять лет увеличится с шести до 28 процентов» [30].

Очевидно, что уровень аудиторной нагрузки у преподавателя-лектора увеличится (и может достичь предельного значения в 900 часов). Преподаватели-исследователи будут заниматься исключительно исследовательской деятельностью; оплата труда будет определяться тем, что будет заработано в результате НИОКР и НИР. Следовательно, если не будет заказов, то это приведет к сокращению исследователей, при этом нагрузка на преподавателей-лекторов возрастет, поскольку необходимо будет распределять аудиторную нагрузку сокращенных преподавателей-исследователей.

Второе противоречие: между существующим инновационным потенциалом вуза и подходами к оценке эффективности его деятельности, не нацеленными на оценку инновационной составляющей.

В соответствии с Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 14 июня 2013 г. № 462 [21] утвержден порядок самообследования образовательных организаций. Процедура самообследования приобретает перманентный (ежегодный) характер. Такой подход позволяет систематизировать работу по оценке качества образования в вузе, осуществлять постоянный мониторинг показателей деятельности организации, выявлять «узкие места», разрабатывать мероприятия по их устранению. В определенной степени упрощается и сама процедура аккредитации: эксперты сопоставляют показатели самообследования с текущими показателями деятельности организации.

Анализ показателей деятельности организации, подлежащей самообследованию (Приказ Министерства образования и науки РФ от 10 декабря 2013 г. № 1324 [22]) дает основание судить о том, что по ним сложно оценить инновационный потенциал и потенциал инновационного развития образовательной организации. В табл. 4 представлены показатели оценки эффективности образовательной и научно-исследовательской деятельности вузов, приведенные в приложении № 4 данного приказа.

Как видно из таблицы, отсутствуют показатели, по которым можно судить о динамике разработки вузом новшеств, как в части образовательной,

так и научно-исследовательской деятельности.

Косвенно можно судить об инновационных подходах работы с абитуриентами по показателю численности студентов-победителей олимпиад, обучающихся в вузе. Однако практика показывает, что подавляющее большинство таких студентов выбирают для обучения ведущие вузы страны, соответственно данный показатель для большинства вузов в контексте оценки потенциала инновационного развития не «работает».

В научно-исследовательской деятельности инновационный потенциал и потенциал инновационного развития может быть оценен только по одному показателю – числу лицензионных соглашений и в какой-то степени по количеству грантов за отчетный период на 100 преподавателей. Однако эти показатели не могут в полной мере характеризовать инновационную деятельность вуза.

Необходимо введение показателя, отражающего динамику разработки новшеств (число поданных заявок и полученных патентов на 100 человек ППС).

Инновационное развитие высшего образования мы связываем с созданием банка новшеств, проведением межвузовских конкурсов на лучшие технологические и социальные инновации. Должен быть сформирован фонд государственной поддержки вузовских инноваций на основе независимой экспертизы с привлечением потенциальных работодателей и инвесторов.

Таблица 4. Показатели образовательной и научно-исследовательской деятельности образовательной организации высшего образования, подлежащей самообследованию

№ п/п	Показатели	Единица измерения
1.	Образовательная деятельность	
1.1	Общая численность студентов (курсантов), обучающихся по образовательным программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, в том числе:	человек
1.1.1	По очной форме обучения	человек
1.1.2	По очно-заочной форме обучения	человек
1.1.3	По заочной форме обучения	человек
1.2	Общая численность аспирантов (адъюнктов, ординаторов, интернов, ассистентов-стажеров), обучающихся по образовательным программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре), программам ординатуры, программам ассистентуры-стажировки, в том числе:	человек
1.2.1	По очной форме обучения	человек
№ п/п	Показатели	Единица измерения
1.2.2	По очно-заочной форме обучения	человек
1.2.3	По заочной форме обучения	человек

1.3	Общая численность студентов (курсантов), обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования, в том числе:	человек
1.3.1	По очной форме обучения	человек
1.3.2	По очно-заочной форме обучения	человек
1.3.3	По заочной форме обучения	человек
1.4	Средний балл студентов (курсантов), принятых по результатам единого государственного экзамена на первый курс на обучение по очной форме по программам бакалавриата и специалитета по договору об образовании на обучение по образовательным программам высшего образования	баллы
1.5	Средний балл студентов (курсантов), принятых по результатам дополнительных вступительных испытаний на первый курс на обучение по очной форме по программам бакалавриата и специалитета по договору об образовании на обучение по образовательным программам высшего образования	баллы
1.6	Средний балл студентов (курсантов), принятых по результатам единого государственного экзамена и результатам дополнительных вступительных испытаний на обучение по очной форме по программам бакалавриата и специалитета за счет средств соответствующих бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	баллы
1.7	Численность студентов (курсантов)-победителей и призеров заключительного этапа всероссийской олимпиады школьников, членов сборных команд Российской Федерации, участвовавших в международных олимпиадах по общеобразовательным предметам по специальностям и (или) направлениям подготовки, соответствующим профилю всероссийской олимпиады школьников или международной олимпиады, принятых на очную форму обучения на первый курс по программам бакалавриата и специалитета без вступительных испытаний	человек
1.8	Численность студентов (курсантов) - победителей и призеров олимпиад школьников, принятых на очную форму обучения на первый курс по программам бакалавриата и специалитета по специальностям и направлениям подготовки, соответствующим профилю олимпиады школьников, без вступительных испытаний	человек
1.9	Численность/удельный вес численности студентов (курсантов), принятых на условиях целевого приема на первый курс на очную форму обучения по программам бакалавриата и специалитета в общей численности студентов	человек/%

№ п/п	Показатели	Единица измерения
	(курсантов), принятых на первый курс по программам бакалавриата и специалитета на очную форму обучения	
1.10	Удельный вес численности студентов (курсантов), обучающихся по программам магистратуры, в общей численности студентов (курсантов), обучающихся по образовательным программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры	%
1.11	Численность/удельный вес численности студентов (курсантов), имеющих диплом бакалавра, диплом специалиста или диплом магистра других организаций, осуществляющих образовательную деятельность, принятых на первый курс на обучение по программам магистратуры образовательной организации, в общей численности студентов (курсантов), принятых на первый курс по программам магистратуры на очную форму обучения	человек/%
1.12	Общая численность студентов образовательной организации, обучающихся в филиале образовательной организации (далее - филиал)*	человек
2.	Научно-исследовательская деятельность	
2.1	Количество цитирований в индексируемой системе цитирования Web of Science в расчете на 100 научно-педагогических работников	единиц
2.2	Количество цитирований в индексируемой системе цитирования Scopus в расчете на 100 научно-педагогических работников	единиц
2.3	Количество цитирований в Российском индексе научного цитирования (далее - РИНЦ) в расчете на 100 научно-педагогических работников	единиц
2.4	Количество статей в научной периодике, индексируемой в системе цитирования Web of Science в расчете на 100 научно-педагогических работников	единиц
2.5	Количество статей в научной периодике, индексируемой в системе цитирования Scopus в расчете на 100 научно-педагогических работников	единиц
2.6	Количество публикаций в РИНЦ в расчете на 100 научно-педагогических работников	единиц
2.7	Общий объем научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ (далее - НИОКР)	тыс. руб.
2.8	Объем НИОКР в расчете на одного научно-педагогического работника	тыс. руб.
2.9	Удельный вес доходов от НИОКР в общих доходах	%

образовательной организации		
2.10	Удельный вес НИОКР, выполненных собственными силами (без привлечения соисполнителей), в общих доходах образовательной организации от НИОКР	%
2.11	Доходы от НИОКР (за исключением средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, государственных фондов поддержки науки) в расчете на одного научно-педагогического работника	тыс. руб.
2.12	Количество лицензионных соглашений	единиц
№ п/п	Показатели	Единица измерения
2.13	Удельный вес средств, полученных образовательной организацией от управления объектами интеллектуальной собственности, в общих доходах образовательной организации	%
2.14	Численность/удельный вес численности научно-педагогических работников без ученой степени - до 30 лет, кандидатов наук - до 35 лет, докторов наук - до 40 лет, в общей численности научно-педагогических работников	человек/%
2.15	Численность/удельный вес численности научно-педагогических работников, имеющих ученую степень кандидата наук, в общей численности научно-педагогических работников образовательной организации	человек/%
2.16	Численность/удельный вес численности научно-педагогических работников, имеющих ученую степень доктора наук, в общей численности научно-педагогических работников образовательной организации	человек/%
2.17	Численность/удельный вес численности научно-педагогических работников, имеющих ученую степень кандидата и доктора наук в общей численности научно-педагогических работников филиала (без совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера)	
2.18	Количество научных журналов, в том числе электронных, издаваемых образовательной организацией	единиц
2.19	Количество грантов за отчетный период в расчете на 100 научно-педагогических работников	единиц

Перечень показателей организации, подлежащей самообследованию, дает основание судить об отсутствии показателей деятельности, оценивающих состояние и развитие учебно-методического, научно-педагогического и организационного обеспечения деятельности вуза в инновационном контексте.

По нашему мнению, реализация электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в вузе может дать представление о наличии инновационного потенциала в этих компонентах деятельности.

Особые перспективы мы связываем с развитием дистанционного обучения на основе сетевого взаимодействия образовательных организаций.

С одной стороны, развитие дистанционных образовательных технологий отражает инновационную деятельность в учебно-методической, научно-педагогической и организационной сфере, с другой стороны, является источником дополнительных доходов и источником сохранения кадрового потенциала.

Помимо закона «Об образовании в Российской Федерации» регламентация образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, осуществляется на основании Приказа Министерства образования и науки РФ от 9 января 2014 г. [25]. Принципиальным является то, что организации, реализующие образовательную деятельность с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, самостоятельно определяют объем аудиторной нагрузки (допускается отсутствие аудиторных занятий) и соотношение объема занятий, **проводимых путем непосредственного взаимодействия педагогического работника с обучающимися**, и учебных занятий с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий. При этом **индивидуальные консультации оказывают дистанционно**. Независимо от места нахождения обучающегося местом осуществления образовательной деятельности является место нахождения организации или ее филиала.

Важным является допущение комбинации традиционного («лицом к лицу») и дистанционного обучения. Реализация такого варианта становится возможной (в том числе) на основе применения статьи 15 «Сетевая форма реализации образовательных программ» закона «Об образовании в Российской Федерации» [39].

В соответствии с п.1 статьи 15 предполагается, что сетевая форма реализации образовательных программ «обеспечивает возможность освоения обучающимися образовательной программы с использованием ресурсов нескольких организаций, осуществляющих образовательную деятельность... В реализации образовательных программ с использованием сетевой формы наряду с организациями, осуществляющими образовательную деятельность, также могут участвовать научные организации, медицинские организации, организации культуры, физкультурно-спортивные и иные организации, обладающие ресурсами, необходимыми для осуществления обучения, проведения учебной и производственной практики и осуществления иных видов учебной деятельности, предусмотренных соответствующей образовательной программой».

Под ресурсами организации следует понимать человеческие, материально-технические и иные ресурсы. Реализация статьи 15 на практике обеспечивает увеличение доступности высшего образования для студентов-заочников, компактно проживающих в поселениях, удаленных от крупных

университетских центров. Например, дисциплина «физическая культура» входит в образовательную программу подготовки бакалавров всех направлений и должна быть освоена в необходимом объеме вне зависимости от формы обучения. Выполнение данного требования становится возможным в случае использования студентами спортивной инфраструктуры организации, находящейся по месту их проживания. Таким образом, «головной» университет на основании договора о сетевом взаимодействии может использовать соответствующие спортивные сооружения организации, с которой заключен данный договор.

Принципиально ничто не изменится, если субъект сетевого взаимодействия обеспечивает доступ к иным свободным ресурсам (компьютерным классам) и т.д. Преимущества реализации дистанционных технологий обучения в условиях сетевого взаимодействия для всех субъектов образовательной деятельности описаны в нашем исследовании [28].

Вместе с тем существует противоречие между положениями статьи 15 закона «Об образовании в Российской Федерации» и Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 января 2014 г. В соответствии с Приказом Министерства «независимо от места нахождения обучающегося местом осуществления образовательной деятельности является место нахождения организации или ее филиала». В то же время статья 15 предполагает, что в условиях сетевой формы реализации образовательных программ образовательная деятельность может осуществляться в организациях-участниках сети, т.е. предполагает создание представительства головной организации. А в представительствах вуза, согласно закону «Об образовании в Российской Федерации», образовательную деятельность вести запрещено. **Данное противоречие должно быть устранено внесением соответствующих поправок в закон «Об образовании в Российской Федерации» [28, с. 452].**

Заключение

Инновационное развитие высшего образования, его готовность решать задачи, связанные с модернизацией российской экономики, связаны с совершенствованием финансового обеспечения системы образования и сохранением кадрового потенциала вузов. Определенные надежды мы связываем с принятием Федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы, утвержденной постановлением Правительства РФ от 23 мая 2015 г. [18]. В ФЦП, в отличие от Концепции ФЦП [26], утвержденной 29 декабря 2014 г., отсутствуют положения, связанные с кардинальным сокращением численности вузов и филиалов (на 40% и 80% соответственно). Существенным представляется, что в ФЦП приоритетами в модернизации высшего образования становятся модернизация педагогического образования (предполагающая в том числе, реализацию программ магистерской подготовки учителей-методистов, руководителей системы образования, выпускников бакалавриата и специалитета непедagogических специальностей) и внедрение технологической магистратуры, направленной на подготовку технической элиты, способной создавать сложные инженерные проекты и управлять ими.

Список литературы:

1. Асаул А.Н. Введение в инноватику: учебное пособие / Под ред. А.Н. Асаула. – СПб.: АНО «ИПЭВ», 2010. – 280 с.
2. Афанасьев Ю.Н., Бельковец Л.П., Воронков Ю.С., Кувшинов С.В. Способ целенаправленного управления усвоением учебного материала. Патент российской Федерации №2180455. Дата публикации 10.03.2002. Заявитель Российский государственный гуманитарный университет.
3. Возможности и перспективы инновационного развития России в глобализирующемся мире. Инновационная модернизация России. Политологические очерки / под ред. Ю.А. Красина. – М: Институт социологии РАН, 2011. – 253 с.
4. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. – М.: Эксмо, 2008. – 550 с.
5. Гершунский Б.С. Философия образования : учеб. пособие для студентов высших и средних педагогических учебных заведений. – М.: Московский психолого-социальный институт, 1998. – 432 с.
6. Гретченко А.А. Развитие методологии и совершенствование механизмов формирования национальной инновационной системы. Дисс...доктора экон. наук. М., 2014. – 351 с.
7. Гришин В.В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики. – М.: ИТК «Дашков и К», 2010. – 368 с.
8. Дресвянников В.А. Построение системы управления знаниями на предприятии/В.А. Дресвянников – М.: Кнорус, 2006. – 344 с.
9. Ерохина Е.В. Формирование и развитие региональных инновационных подсистем. Дисс...доктора экон. наук. М., 2014. – 513 с.
10. Ермасов С.В. Проблемы капитализации объектов авторского права // Бизнес и авторское право: правовой и торгово-экономический аспекты. Материалы научно-практической конференции. – Саратов, 2006.
11. Иванов И.В., Баранов В.В. Инновационное развитие России: Возможности и перспективы. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 420 с.
12. Инновационное развитие: Экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями/Под общ. ред. Б.З. Мильнера. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 624 с.
13. Менеджмент / Под ред. А.Л. Гапоненко. – М.:РАГС, 2010. – 568 с.
14. Министерство образование и науки РФ. Приказ от 29 апреля 2014 г. № 420 «О перечне и составе стоимостных групп специальностей и направлений подготовки по государственным услугам по реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета, магистратуры, подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре), ординатуры и ассистентуры-стажировки, итоговых значениях и величине составляющих базовых нормативных затрат по государственным услугам по стоимостным группам специальностей и направлений подготовки, корректирующих

коэффициентам, по формам обучения (очно-заочная, заочная), формам реализации образовательных программ (сетевая), по используемым образовательным технологиям (дистанционные образовательные технологии, электронное обучение) в отношении контингента, принимаемого на обучение на первый курс в 2015 году, на весь период обучения». – [Электронный ресурс].

URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=EXP&n=590779&req=doc>

15. Научно-технический прогресс. Словарь/ Под ред. Р.Г. Яновского и др. – М., Политиздат, 1987 - 366 с.

16. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – №2. – С. 57-61

17. Новейший философский словарь/ сост. А.А. Грицанов. – Мн.: изд. В.М. Скакун, 1998. – 896 с.

18. Постановление Правительства РФ от 24 июля 1998 г. № 832 «О Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998 - 2000 годы». Система Гарант. [Электронный ресурс]. – URL: <http://base.garant.ru/179112/#ixzz3UIG9tQKz> –

19. Постановление Правительства Российской Федерации от 23 мая 2015 г. №497 «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016-2020 годы». [Электронный ресурс] – URL: <http://government.ru/media/files/uSB6wFRbuDS4STDe6SpGjaAEpM89lzUF.pdf>

20. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. №295. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2013-2020 годы [Электронный ресурс]. – URL: <http://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/4106>

21. Приказ Министерства образования и науки РФ «Об утверждении Порядка проведения самообследования образовательной организацией» от 14.06.2013 г. №462. Российская газета. Федеральный выпуск № 6127. 12 июля 2013 г.

22. Приказ Министерства образования и науки РФ «Об утверждении показателей деятельности образовательной организации, подлежащей самообследованию» от 10.12.2013 г. №1324. Федеральный портал «Российское образование». [Электронный ресурс]. – URL: http://www.edu.ru/db/mo/Data/d_13/m1324.html

23. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 23 июня 2009 г. № 218 «Об утверждении Порядка создания и развития инновационной инфраструктуры в сфере образования». Российская газета. Федеральный выпуск №4978. 20 августа 2009 г.

24. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 23 июля 2013 г. № 611 «Об утверждении Порядка формирования и функционирования инновационной инфраструктуры в системе образования». Российская газета. Федеральный выпуск №6159. 20 августа

2013 г.

25. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 9 января 2014 г. № 2 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2014/04/16/obuchenie-dok.html>

26. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2014 г. №2765-р. «Об утверждении концепции ФЦП развития образования на 2016-2020 годы» [Электронный ресурс] – URL: <http://government.ru/docs/16479/>

27. Романов Е.В. Императив инновационного развития высшего образования в России// Alma mater (Вестник высшей школы) – 2015. – № 2. – С. 10-19.

28. Романов, Е.В., Романова, Е.В. Реализация дистанционных технологий обучения как условие инновационного развития высшего образования в России//Международный электронный журнал «Образовательные технологии и общество (Educational Technology & Society)». – 2014. –Том 17. – №3. – С. 448-458. –ISSN 1436-4522.

URL: http://ifets.ieee.org/russian/periodical/V_173_2014EE.html

29. Романов Е.В. Инновационное развитие высшего профессионального образования в контексте модернизации экономики России//Экономика и менеджмент систем управления, №1(7), 2013. – С. 87-98

30. Санатина Ю. Впредь вам наука. Руководство университета разъяснило сотрудникам суть реформ. 09.07.2015. Интернет-портал Российской газеты [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rg.ru/2015/07/09/reg-urfo/skandal.html>

31. Словарь терминов по социальной статистике: учеб. Пособие/ М.Б. Перова, Е.В. Перов. – Вологда: ВоГТУ, 2003. – 100 с

32. Социальная психология. Словарь/ под ред. М.Ю Кондратьева // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в 6 т./ ред.-сост. Л.А. Карпенко; под общ. ред. А.В. Петровского. Т.2 – М.:ПЕРСЭ, 2006. – 176 с.

33. Социологический словарь. [Электронный ресурс]. – URL:<http://www.soclexicon.ru>

34. Такер Роберт Б. Инновации как формулы роста. Новое будущее ведущих компаний – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2006. – 223 с.

35. Фалько С.Г., Иванова Н.Ю. Управление нововведениями на высокотехнологичных предприятиях. – М., МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2007. – 256 с.

36. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 6-е изд. —СПб.: Питер, 2008. – 448 с.

37. Федеральный закон от 30 декабря 2006 года №275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» (с изменениями на 23 июля 2013 года). Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. [Электронный ресурс] – URL: <http://docs.cntd.ru/document/902021813>

38. Федеральный закон от 21 ноября 2011 года №328-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций». Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. [Электронный ресурс] – URL: <http://docs.cntd.ru/document/902312655>
39. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации». – М.: Издательство «Омега-Л», 2013. – 134 с.
40. Чесборо Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий / пер. с англ.—М.:Поколение, 2007. – 336 с.
41. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 367 с.
42. Эксперт РА. Рейтинг вузов России, 2013 г. [Электронный ресурс] – URL: http://www.raexpert.ru/rankings/vuz/vuz_rus_2013/
43. Экономика предприятия: Учеб. для вузов / И.Э. Берзинь, С.А. Пикунова, Н.Н. Савченко, С.Г. Фалько.—М.: Дрофа, 2003. – 368 с.
44. Янсон Ф. Эпоха инноваций: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2002. (Серия «Менеджмент для лидера»). – 308 с.
45. Knowledge management practices in Indian information technology Companies / Abhilasha Singha and Ebrahim Soltani // Total Quality Management. – 2010. – Vol. 21, No. 2. – P. 145–157.
46. Wissensmanagement / Christian F. Olejnik //MEMOSYS-Centrum fur Systemische Erwachsenenpadagogik. Essen, 2010. – Februar. – 69 s.

ГЛАВА II. СИСТЕМА КАЙДЗЕН КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ОБЪЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ[©]

Система кайдзен может быть определена как процесс совершенствования всех сторон деятельности организации, оптимизации протекающих процессов для достижения долгосрочных конкурентных преимуществ.

Цель кайдзен – совершенствование процессов, происходящий в рамках осуществления компанией своей деятельности, путем устранения потерь при наличии морального удовлетворения от работы работников всех звеньев управленческой иерархии, т.е. нивелирование энтропии, повышение качества продукции и достижение конкурентных преимуществ.

При классификации системы кайдзен могут быть выделены следующие позиции:

1) по аспектам рассмотрения:

– идеология – образ мышления прежде всего высшего менеджмента, нацеленный на совершенствование всех сторон деятельности организации;

– инструмент – практические разработки, позволяющие на практике реализовать идеологию кайдзен.

2) по направлениям совершенствования:

– управленческие модели – совершенствование подходов к организации процессов, структуры компании и др.;

– информационные системы – изменение учетных подходов, расширение перечня формируемых данных, позволяющих принимать необходимые управленческие решения;

Данные позиции связаны, т.к. для упорядочивания информационных потоков нужно управленческое воздействие, формирование графика документооборота (какой сотрудник формирует данные, в какие сроки, кому предоставляется информация и др.).

3) по ресурсам: кайдзен трудовых; материальных; основных производственных фондов и др.;

4) по сферам: кайдзен в сфере логистики; производства; продаж;

финансовых инвестиций и др.;

5) по иерархии менеджеров: высшее звено; менеджеры среднего звена; рядовые сотрудники;

Высший менеджмент ориентирован на совершенствование в стратегическом масштабе, т.е. предполагает решение глобальных задач. Это не исключает наличие обратной связи между сотрудниками организации. Рядовые

[©] Оксанич Е.А., Рыбьянцева М.С., Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар

сотрудники улучшают текущие процессы, т.е. работают с тактическим уровнем, но частные изменения должны проходить в рамках выбранной высшим руководством стратегии.

б) по результатам деятельности системы:

– показатели, которые можно выразить в количественном или в стоимостном выражении;

– качественное улучшение (оптимизация) – показатели, не имеющие количественного или стоимостного выражения, но отражающие усиление конкурентных позиций организации;

7) по горизонту рассмотрения:

– ориентация на процесс (акцент на текущем моменте);

– ориентация на результат (акцент на поставленной цели);

По мнению Масааки Имаи, высший менеджмент, ориентированный только на процесс, рискует остаться без долгосрочной стратегии, упустить новые идеи и инновации, инструктируя сотрудников, как им выполнять каждый свой шаг. Менеджер, ориентированный на результат, более гибок при постановке целей и может мыслить стратегически. Однако он способен пренебрегать мобилизацией и перегруппировкой ресурсов при реализации избранной стратегии.

8) по выполняемым функциям: совершенствование планирования; анализа; контроля; формирования информации; консультирования; координации (действий и информационных потоков);

9) по стадиям жизненного цикла основных продуктов: внедрение на рынок, рост, зрелость, упадок;

10) по стадии жизненного цикла организации:

– кайдзен в условиях суженного воспроизводства (стагнации);

– простого воспроизводства;

– расширения масштабов деятельности.

11) по степени радикальности изменений:

– кайдзен прорыва, кайдзен потока, кайдзен системы (кайкаку) – радикальное улучшение процесса, направленное на уничтожение «муда» (потерь);

В работе Сигидова Ю.И. тип возникающих в этом виде кайдзен улучшений назван проактивными улучшениями, приводящими к реализации новых направлений в виде новых продуктов, процессов и др. [9, с. 27].

– целевой кайдзен, кайдзен процесса – непрерывное, постоянное улучшение деятельности с целью увеличения ценности и уменьшения «муда».

Возникающие в этом виде кайдзен улучшения делятся на два вида:

– оперативное улучшение (ликвидация отклонений от стандарта без глубокого анализа причин);

– реактивное улучшение (воздействие на причину возникшего отклонения).

12) по степени современности:

– классический кайдзен, противопоставляемый инновациям, набор инструментов ограничен, используются, в основном, статистические методы;

Инструменты кайдзен для решения проблем в соответствии с работой МасаакиИмаи делятся на: семь статистических инструментов (диаграммы

Парето, диаграммы причин и результатов, гистограммы, контрольные карты, диаграммы разброса, графики, контрольные листки) и «семь новых» (диаграмма связей), диаграмма сродства, древовидная диаграмма, матричная диаграмма, диаграмма анализа матричных данных, блок-схема процесса принятия решений, стрелочная диаграмма).

– современный кайдзен, включающий внедрение инноваций и применяющий для решения задач все возможные инструменты контроллинга и бережливого производства.

13) по категориям процессов:

– основных (закупка, производство, сбыт);
– обеспечивающих (административно-хозяйственное (тактический аспект), юридическое, учетное обеспечение и т.п.);

– управленческих (управление финансами, маркетингом и инновациями, стратегическое управление).

14) по категориям продукции:

- услуги (например перевозки);
- программные средства (например, компьютерная программа);
- технические средства;
- перерабатываемые материалы.

Многие виды продукции содержат элементы, относящихся к различным общим категориям продукции. Отнесение продукции к услугам, программным или техническим средствам или перерабатываемым материалам зависит от преобладающего элемента.

15) по масштабу изменений (инноваций):

– в технологии или продукции (осуществляются не только в ответ на меняющиеся потребности и ожидания потребителей или других заинтересованных сторон, но и предвосхищают потенциальные изменения в среде организации и жизненных циклах продукции);

– в процессах (инновационные методы обеспечения жизненного цикла продукции или инновации для повышения стабильности процессов и снижения их изменчивости);

– в самой организации (изменения в организационно-правовой форме и организационной структуре);

– в системе менеджмента организации (инновации для обеспечения конкурентоспособности и использование новых возможностей в случае возникновения изменений в среде организации).

Выделенные 15 классификационных оснований кайдзен отражают различные аспекты данной системы.

Кайдзен как система состоит из некоторого количества частей, называемых элементами (компонентами). По сути, кайдзен находится на стыке менеджмента и учетных информационных систем, что приводит к усложнению ее структуры.

Базисный уровень кайдзен предусматривает изучение, разработку и систематизацию следующих элементов:

1 общетеоретических (подходы, трактовки, субъекты, объекты, принципы и функции);

2 структурных (контроллинг и бережливое производство);

3 методических (инструментарий кайдзен).

Рассмотрим общетеоретические элементы системы кайдзен.

Субъекты управления кайдзен – руководители, менеджеры всех уровней, наделенные полномочиями по принятию решений.

Объекты могут группироваться по многим основаниям.

В частности, группировка может производиться по направлениям возможного возникновения проблем: организационная структура; доходы, расходы, активы, обязательства, капитал; бренд компании; база знаний (искусственный интеллект); удовлетворенность персонала; простой оборудования; технологии управления; клиентская база.

Такая группировка наиболее соответствует сущности кайдзен и, в частности, определяется термином варусакаген, отражающим такое положение вещей, которое пока не представляет проблемы, но и не безупречно. Если оставить его без внимания, оно может стать источником серьезных проблем.

Классификация может быть изменена в зависимости от решаемых задач.

При формировании системы кайдзен в организации следует руководствоваться рядом принципов:

- интегрированности;
- иерархичности и наличия обратной связи;
- преемственности и системности;
- основанности на менталитете при универсальности подходов;
- новом качестве лидерства;
- процессном мышлении;
- устранении стереотипов;
- контроле отклонений от стандартного процесса;
- динамичности изменений инструментов и плановых заданий;
- идентификации и персонификации;
- принципом «эстафетной палочки».

К принципам кайдзен, прежде всего, относится интегрированность, которая может быть рассмотрена с двух точек зрения: учетная и организационная. Система кайдзен не должна быть оторвана от информационной системы организации. Любое совершенствование основано на информации, поэтому должно проводиться параллельно с изменением учетных подходов и трансформацией информационных потоков.

Организационная интегрированность заключается в вовлеченности менеджеров всех уровней в процесс совершенствования, а также в том, что любое совершенствование требует изменений подходов к управлению, структурных перестановок, внедрения новых программных продуктов и др. Таким образом, трансформация затрагивает не только факторы производства и информацию, но и менеджмент.

Следующим принципом является иерархичность и наличие обратной связи, в соответствии с которым подходы к совершенствованию дифференцированы по уровням управления, но охватывают не только высший

менеджмент, но и работников основного производства, выполняющих основные технологические операции. Ошибочно предполагать, что вектор совершенствования направлен лишь сверху вниз, т.е. от высшего менеджмента к работникам. Именно на «нижнем» уровне управления сотрудники детально представляют себе технологический процесс и определяют причины сбоев, а также пути оптимизации совершаемых процессов. Если руководитель замыкается в интеллектуальном и статусном снобизме, то он упускает возможности по совершенствованию. Конечно, невозможно оспаривать тот факт, что решение руководителя является определяющим, что вертикаль власти необходима. Но, тем не менее, наличие обратной связи чрезвычайно важно для успешного развития организации. Наличие обратной связи позволяет направлять усилия работников разного уровня управления к единой для всех сотрудников компании цели.

Приведем пример действия принципа иерархичности. Высший менеджмент ставит перед собой следующие цели в рамках внедрения системы кайдзен:

- внедрение кайдзен как корпоративной стратегии;
- распределение ресурсов;
- определение политики кайдзен и межфункциональных целей;
- построение систем, процедур и структур, способствующих кайдзен.

На уровне рабочих внедрение системы кайдзен предусматривает:

- внесение предложений и участие в работе малых групп, разрабатывающих предложения по оптимизации процессов;
- соблюдение дисциплины на участке;
- постоянное самосовершенствование, приобретение навыков решения проблем;
- совершенствование навыков и показателей работы через взаимное обучение.

Очевидно, что решаемые в рамках кайдзен задачи зависят от уровня управления, но должны быть подчинены единой цели, согласованной с выбранной стратегической целью развития компании (согласованность целей и задач различного уровня).

Преимуществом означает эволюционный характер развития кайдзен. Данная система, вбирая в себя все новейшие разработки в области теории и практики, не отбрасывает теоретические и практические разработки прошлого, сохраняя их рациональное зерно. Отсутствует идея изменений ради изменений. Основная цель – движение вперед, совершенствуясь (что невозможно при негативном отношении к прошлому опыту).

Системность проявляется в том, что кайдзен затрагивает все стороны жизни организации, контролирует важнейшие процессы на всех стадиях производственно-сбытовой цепочки. Целостный комплекс взаимосвязанных элементов получил название «зонтик кайдзен».

Системность проявляется также в комплексном использовании трех управленческих подходов:

- «взгляд насекомого» – позволяет рассматривать объекты и процессы в

мельчайших деталях и взаимосвязях;

- «взгляд орла» – позволяет видеть картину производства в целом;
- «взгляд рыбы» – позволяет наблюдать, анализировать и прогнозировать глубинные, часто скрытые течения, тренды, влияния и взаимодействия, недоступные поверхностному наблюдению.

Принцип основанности на менталитете при универсальности подходов отражает двойственную природу кайдзен. Несмотря на то, что кайдзен – комплекс рациональных подходов, применимых в любой стране, традиционно – это система, представляющая в какой-то мере идеологию, сформированную с учетом специфики восточного менталитета. Примером можно считать различные подходы к инновациям (западный менеджмент) и поступательному совершенствованию (восточный менеджмент). Очевидно, что мы рассматриваем полярные точки зрения, которые, тем не менее, отражают принципиально иной подход двух цивилизаций.

Специфика кайдзен заключается также в отражении национальных традиций и представлений при формировании ее категориального аппарата (т.е. национальный термин становится общемировым). Приведем несколько примеров:

1 термин «муда», переводимый как «мусор», т.е. любая деятельность, за которую не желает платить клиент, означает действия, не создающие стоимости. Т.е. прекращение этих действий не повлияет ни на качество, ни на свойства продукта, а лишь приведет к уменьшению затрат; к этой категории относятся также ненужные усовершенствования;

2 дзидока (автономизация) – автоматизация с умом, т.е. разработка высокопродуктивных (с небольшим количеством брака) и сдерживающих процессов; например, станок может быть сконструирован так, что он автоматически останавливается при производстве дефектной детали;

3 варуса-каген – термин, обозначающий такое положение вещей, которое пока не представляет проблемы, но и не безупречно. Т.е. при игнорировании подобной ситуации, проблема обязательно возникнет.

Новое качество лидерства заключается в умении «слышать» предложения по совершенствованию, исходящие от рядовых сотрудников. Важно понимание того, что досконально технологический процесс знают именно реальные исполнители, что позволяет им вносить предложения по рационализации, что снижает объем неэффективных действий и нерациональных затрат. Кроме того, новое качество лидерства заключается в понимании того, что необходимо совершенствование процессов и управления, не только дающих немедленный экономический эффект. В практике западного менеджмента предложения по совершенствованию, не приносящие прибыль в краткосрочном периоде, не всегда находят понимание у высшего менеджмента. Отказываясь от улучшений, не имеющих сиюминутного экономического подтверждения, руководитель снижает конкурентные позиции своей компании в долгосрочной перспективе.

Новое качество лидерства заключается в том, что руководитель должен проводить на «гембе» гораздо больше времени, чем за собственным рабочим столом. «Гемба» – это место в компании, где собственно происходит

операционная деятельность. Это позволяет избежать субъективизма представляемой руководителю информации.

С этим принципом связан и принцип процессного мышления, в соответствии с которым, достигая результата, нельзя забывать о процессе его достижения. Необходимо не только стремиться получить искомые стоимостные показатели, но и совершенствовать процессы в различных сферах деятельности организации с целью получить более высокие результаты.

Устранение стереотипов означает новое мышление в рамках системы кайдзен, отражающее разумную борьбу с общепринятыми истинами. Например, представление о том, что дорогостоящее оборудование должно все время работать для того, чтобы понесенные затраты окупились. На практике это приведет к перепроизводству, затовариванию, расходам по хранению запасов, росту накладных расходов. Или же тезис о том, что наращивание объемов производства позитивно характеризует анализируемую компанию. В реальности, необходимо сравнить произведенные объемы с объемами, требуемыми заказчиками и покупателями, чтобы сделать вывод о том, какая из ситуаций возникла: перепроизводство и затоваривание или же подтвержденное платежеспособным спросом расширение деятельности.

Принцип контроля отклонений от стандартного процесса отражает еще одну особенность кайдзен, контроль над отклонениями от стандартных процессов. Не имеет значение, какой знак имеет возникшее отклонение (положительное или отрицательное). Если отклонение возникло, это требует срочных мер и анализа ситуации. В соответствии с идеологией системы Toyota, «мы решили приложить все усилия к тому, чтобы контролировать ненормальности», «если все идет хорошо, контроль не нужен».

Принцип динамичности изменений инструментов и плановых заданий рассматривает два аспекта:

1) статичность плановых заданий оказывает резко отрицательное влияние на развитие компании. В соответствии с идеологией Toyota, планы создают для того, чтобы их менять. Если планы требуют многоуровневого и длительного согласования, плановые задания перестают соответствовать конкретным рыночным условиям, что, очевидно, приведет к несоответствию потребностей потребителей продукции и возможностей компании;

2) кайдзен настаивает на использовании новейших разработок, применении совершенно разных сочетаний инструментов (с учетом специфики ситуации), синтезе различных инструментов.

Принцип идентификации и персонификации выделен в работе Криштала М. М. и Зайцевой Н. А. и заключается в необходимости персональной ответственности работника за выполняемую операцию, а также идентификации продукции (в старину – клейма известных мастеров,

в настоящее время – система торговых марок) [5, с. 58].

Принцип «эстафетной палочки» заключается в четкой скоординированности и наличии регламента четкого взаимодействия сотрудников.

Функции кайдзен заключаются в:

1) Борьбе со стагнацией (противодействие энтропии).

Нарастание энтропии неизбежно при самых развитых формах хозяйствования. Ее проявления могут выражаться в ухудшении исходных позиций или же отличные от ожидаемых достижения при внедрении инноваций. Таким образом, при совершенствовании механизмов компании необходимо уделять внимание не только количественным, но и качественным улучшениям. Поддерживающие мероприятия столь же значимы, как и достижения НТР.

2) Балансе между поддержанием и совершенствованием.

Поддержание – действия, призванные сохранять текущие технологические, управленческие и организационные стандарты; совершенствование – действия, направленные на улучшение действующих стандартов. Иначе говоря, это баланс между кайдзен процесса и кайдзен прорыва.

3) Борьбе с инертностью мышления. При совершенствовании нельзя успокаиваться. Любая остановка – первый шаг к деградации.

4) Развитии творческого потенциала. Необходимо руководствоваться следующим тезисом: «процедура для человека, а не человек для процедуры». Инструкции не должны нивелировать творческую активность персонала, направленную на совершенствование деятельности.

5) Конкретизации методик. Прорекларированная цель без методической проработки необходимого инструментария – просто лозунг, который не принесет пользы.

6) Синергии.

Согласно Современному экономическому словарю, синергия – возрастание эффективности деятельности в результате соединения, интеграции, слияния отдельных частей в единую систему за счет так называемого системного эффекта.

При рассмотрении элементов кайдзен с позиции ее структуры, хотелось бы выделить два базовых элемента: контроллинг (в контексте синтеза управленческого учета и анализа) и бережливое производство (предусматривающее единство системы менеджмента качества и процессного подхода).

Формирование структуры кайдзен необходимо в силу того, что в современной экономической литературе кайдзен в контексте совершенствования всех аспектов достаточно часто трактуется как инструмент других систем:

1 бережливого производства (такой подход характерен для работ

Владыкина А. А., Вумека Дж., Давыдовой Н. С., Джонса Д., Каминскаса А. С., Кизима А. А., Ключкова Ю. П., Саввиди С. М.) [1, с. 32];

Например, рассуждая о преимуществах внедрения бережливого производства, Д. Джонс и Дж. Вумек отмечают, что «поразительный эффект от его внедрения возникает из-за радикальных улучшений (кайкаку) потока создания ценности. Дальше вступают в действие процессы непрерывных улучшений (кайдзен), которые двигают фирму к совершенству уже постепенно».

А. Кизим приводит кайдзен в составе элементов таких концепций, как:

- бережливое производство;
- шесть сигм;
- бережливое производство плюс шесть сигм.
- 2 инновационной стратегии;
- 3 бенчмаркинга (особая управленческая процедура внедрения в практику работы организации технологий, стандартов и методов работы лучших организаций-аналогов [3, с. 56].

На наш взгляд, данные трактовки отражают лишь некоторые аспекты кайдзен и не соответствуют масштабу данной системы.

Кайдзен позволяет бережливое производство (управление) накладывать на контроллинг для получения необходимой нормы прибыли в условиях доминирующего влияния трех факторов: технологии, конкуренции, покупателей.

В соответствии с мнением Джеймса Вумека и Дэниела Джонса, бережливое производство – процесс, который включает определение ценности для потребителя, выстраивание последовательного потока создания этой ценности, обеспечение непрерывности этого потока, обеспечение «вытягивания» от заказчика вниз по процессу, стремление к совершенству.

Бережливое производство как элемент кайдзен включает в себя систему менеджмента качества, а также процессный подход к управлению.

При внедрении концепции бережливого производства необходим переход от контроля качества к управлению качеством, т.е. встраиванию качества в процессы. Для Японии характерен контроль качества технологических процессов, что явно превалирует над контролем качества продукции (способствует повышению ответственности за качество непосредственного исполнителя).

Процессный подход к управлению рассматривает субъект хозяйствования как сеть взаимосвязанных бизнес-процессов, при этом каждый бизнес-процесс представляется последовательностью операций, нацеленных на достижение определенного результата. При реализации этого подхода в управлении во главу угла ставится ориентация на результат, т.е. по каждому бизнес-процессу известно, что именно нужно сделать, для того, чтобы он привел к желаемому результату [2, с. 244].

По мнению Уварова П. О., результатом бизнес-процесса являются [8, с. 62]:

- 1 информация (производственная и финансовая), необходимая для планирования, управления и контроля инвестиционной и производственно-коммерческой деятельности организации;
- 2 управленческая отчетность, объединяющая натуральные, стоимостные и финансовые показатели в необходимых разрезах и с должным уровнем детализации;
- 3 формы по учету показателей, отражающих деятельность организации по капитальному строительству и пусконаладочным работам;
- 4 согласованные с руководством планы и бюджеты организации;
- 5 плановые и оперативные документы, регулирующие денежные потоки организации;

6 план внутренних аудитов финансово-хозяйственной деятельности на отчетный период;

7 отчеты по результатам проведенных плановых и внеплановых аудитов финансово-хозяйственной деятельности.

Инструментарий контроллинга и бережливого производства достаточно сложно разграничить. Любая попытка подобного деления условна. Инструменты бережливого производства в разных источниках группируются по-разному. В основу представленного структурирования инструментов бережливого производств положены разработки авторов Давыдовой Н. С., Ключкова Ю. П. [1 с. 28].

По мнению Давыдовой Н. С., Ключкова Ю. П. в состав группы инструментов «Технологии вовлечения» необходимо включать кайдзен, что, по нашему мнению, методологически неверно, т.к. противоречит сущности и масштабу системы.

Инструменты бережливого производства:

I Технологии анализа:

1) 3 MU – контрольный листок действий кайдзен: три точки проверки: муда (потери), мури (перегрузка, неравномерность, работа с напряжением), мура (несоответствие, нецелесообразность, любое отклонение от процесса);

2) 5 W (Who? What? Where? When? Why?) – 1 H (How?) (классический вариант): кто (например, кому следует совершать эту операцию, кто ее совершает в настоящее время и др.), что (например, что нужно сделать, что делается и др.); где (например, где это нужно сделать, где еще это можно сделать и др.); когда (например, когда это нужно делать, когда еще это можно сделать и др.); почему (например, почему это следует сделать, почему это следует сделать сейчас и здесь и др.); как (например, как нужно это делать, можно ли использовать такой метод в другом месте и др.);

3) Fivewhys (пять почему): вопрос «почему» задается последовательно пять раз на получаемые ответы; каждый раз, отвечая на вопрос, легко определить истинную суть проблемы, часто скрытую за более очевидными причинами;

4) 4 М (иногда 5 М при добавлении позиции «Измерение»): «Man» – Оператор (соблюдает ли стандарты, обладает ли квалификацией, стремится ли к совершенствованию и др.). Machine (оборудование), Material (материал), Operationmethod (метод работы);

5) VSM – карта потока создания ценности отображает, как создается продукт или услуга, и какие затраты понесены. На карте есть возможность классифицировать шаги потока, добавляют ли они стоимость для клиента или нет;

6) ТОС – теория ограничений Э. Голдратта – анализ, предусматривающий использование методов и инструментов идентификации и устранения «узких мест» процесса, позволяющий найти объяснения появления ограничений в системе и дающий руководство по их устранению;

7) 5 S: 5 шагов: а) сэйри (упорядочи) – определи необходимое и лишнее и избавься от бесполезного (изделий, оборудования, документов и др.); б) сэйтон (приведи в порядок вещи); в) сэйсо (наведи чистоту на рабочем месте); г)

сэйкэцу (личная чистоплотность) – процесс преобразований следует начинать с самого себя (аккуратность и опрятность); д) сицукэ (дисциплина) – соблюдай правила работы в подразделении.

II Технологии улучшений:

1) TPM – набор методов, направленных на то, чтобы станок постоянно находился в работоспособном состоянии, а производство не прерывалось, предусматривает разумное сокращение времени по уходу за оборудованием;

2) SMED – сокращение времени переналадки оборудования путем проведения грамотной организации работ, при которой большинство операций, связанных с переналадкой (внутренних) переводятся во внешние (когда оборудование работает, т.е. выполнение работ до или после переналадки);

3) JIT – система, при которой изделия производятся и доставляются точно в нужное время и в нужном количестве. Система «точно вовремя» становится системой «точно к сроку» в том случае, когда предыдущая операция завершается за несколько секунд или минут до начала следующей операции;

4) Канбан:

– инструмент, при помощи которого координируется перемещение изделий;

– средство автоматической передачи информации о том, что произвести, когда, в каком количестве, каким образом и как потом это транспортировать;

– карточка, которую прикрепляют к таре для организации «вытягивания» путем информирования о том, что надо начинать работу;

– специальная карточка, которая использовалась для информирования поставщика о необходимости начала производства или поставки деталей заказчику;

– внутрипроизводственная система, позволяющая минимизировать длительность производственного цикла, устранять из производственных подразделений логистической системы склады сырья, материалов, комплектующих изделий, готовой продукции и сокращать до минимума возможные объемы межоперационных запасов;

5) Пока-ёкэ – специальное устройство или метод, благодаря которому дефекты просто не образуются. Одно из проявлений – автономизация (привнесение человеческого интеллекта в автоматы, способные самостоятельно обнаружить первый дефект, после чего сразу остановиться и сигнализировать о том, что нужна помощь);

6) Таргет-костинг – инструмент контроля и снижения затрат на стадии проектирования объекта строительства за счет применения производственных, инженерных, научных исследований и разработок, позволяет объединить усилия всех сотрудников для достижения целевой себестоимости проекта.

III Технологии вовлечения:

1) TQM (CWQC) – всеобщее управление качеством (управление качеством в масштабах компании);

2) хосинканри – метод обмена знаниями, предполагающий сосредоточенность коллектива на конкретных проблемах, требующий от членов команды единых действий при реализации проекта;

3) способ разработки стратегии высшим руководством, при котором ресурсы направляются на те цели, которые критичны для бизнеса (выбирается от трех до пяти ключевых целей);

4) визуальный контроль – такое размещение инструментов, деталей и индикаторов состояния производства, при котором каждый с первого взгляда может понять состояние системы (прозрачность);

5) стандартизация – правила и процедуры, установленные руководством для важнейших бизнес-процессов, позволяющие сотрудникам успешно выполнять их функции.

Приведенная градация приводит к необходимости деления всех производственных операций на категории:

1 действия, создающие добавленную стоимость, в ходе которых происходит физическая трансформация сырья и материалов в готовое изделие;

2 действия, не создающие добавленной стоимости, но необходимые в силу существующей системы управления (например, контроль качества);

3 действия, не создающие добавленной стоимости (при условии невозможности отнесения ни в одну из двух указанных категорий), требующие устранения.

Очевидно, что рассмотрены далеко не все инструменты, многообразие которых обусловлено значительными достижениями в области менеджмента качества.

В отношении инструментария контроллинга следует отметить, что при структурировании может быть выбран один из следующих критериев:

1 временной интервал (нацеленность на решение стратегических и тактических задач);

2 область экономических знаний (статистические инструменты, инструменты управленческого учета с выделением в отдельные группы наработки маркетинга и управленческого анализа и др.);

3 сфера управленческих воздействий: по циклу производственно-сбытовой цепочки (заготовление, производство, продажи и т.д.); по ресурсам (трудовым, материальным и др.).

Градация методов не влияет на практическую ценность применяемых инструментов. По мнению профессора Деминой Е. В., все концепции современного менеджмента имеют примерно одно содержание, но отличаются своими акцентами, терминологией, степенью ориентации на те или иные аспекты менеджмента.

Можно выделить, в частности, следующие инструменты:

1) Метод учета затрат по функциям (ABC) – способ определения и учета затрат по видам деятельности организации, способ пооперационного калькулирования себестоимости.

2) Стандарт-кост в совокупности с бюджетированием (сущность системы состоит не столько в расчете отклонений от плановых показателей, сколько в формировании системы ответственности исполнителей).

Планирование и бюджетирование в рамках кайдзен имеет особенности.

Система кайдзен, в частности, настроена на полное устранение дефектов.

На начальном этапе ее внедрения их полное отсутствие не представляется возможным. Существует три альтернативные точки зрения:

- дефекты не планируются, т.к. негативные явления не могут быть частью плановых заданий;

- дефекты не планируются, т.к. все средства автоматизации и управления направлены на их предотвращение (в частности, внедряются средства автоматизации с элементами человеческого интеллекта: остановка при дефекте);

- дефекты планируются в рамках обусловленных технологией минимальных норм.

Выбор одной из позиций является элементом управленческого менталитета организации.

Выстраивается следующий алгоритм планирования в условиях кайдзен:

- производственный план компании составляется только для завершающего этапа технологического процесса;

- следующий процесс обращается к предыдущему за требуемым объемом полуфабрикатов, что и обуславливает производственное задание предыдущей технологической операции на следующий период (т.е. производим только требуемый объем плюс минимальный запас);

- важнейшей целью менеджмента является достижение равномерности технологического процесса (т.е. своевременное реагирование на спады и подъемы, что устранил резкие скачки в объемах производства);

- фонд премирования не должен быть ориентирован на перевыполнение плана в условиях, если перевыполнение приводит производству нерациональных активов и росту накладных расходов, к нарушению технологического процесса или же к снижению качества;

- формирование классификации оправданных и неоправданных затрат; при этом неоправданные затраты – это затраты, которые можно исключить при осуществлении технологического процесса без ущерба его качественным характеристикам;

- отказ от концепции директивных статических планов, темпы изменения плановых показателей должны соответствовать динамике рынка.

В соответствии с ГОСТ Р ИСО 9004-2010 «Национальный стандарт РФ. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации [6].

Подход на основе менеджмента качества», при планировании процессов следует принимать во внимание следующие моменты:

- результаты анализа среды организации;

- краткосрочные и долгосрочные прогнозы тенденций развития рынка;

- потребности и ожидания заинтересованных сторон;

- цели, которые должны быть достигнуты;

- законодательные и нормативные требования;

- потенциальные финансовые и другие риски;

- входы и выходы процессов, взаимодействие с другими процессами;

- ресурсы и информация, операции и методы;

- необходимые записи;

– измерение, мониторинг и анализ;
– корректирующие и предупреждающие действия, улучшения и (или) инновации.

3) Система сбалансированных оценочных показателей (BSC) предназначена для оценки деятельности, ориентируется на стратегические бизнес-индикаторы с учетом факторов не только внутренней, но и внешней среды; не только количественных, но и качественных показателей.

Оценка ведется по четырем аспектам: финансовый аспект, работа с клиентами, внутренние бизнес-процессы, возможности развития и роста. Данный метод управления предусматривает перевод стратегических целей организации в конкретные мероприятия и оценку их результатов с помощью ключевых показателей эффективности.

4) Калькуляция экологических затрат – учитывает выбор поставщиков, чья философия и практика взаимодействия с окружающей средой согласуются с технологией и практикой покупателей, а также утилизацию отходов во время процесса производства, обращения к послепродажным услугам, вывода продукта с рынка и утилизации.

5) Бенчмаркинг (эталонное оценивание) – способ сбора информации, используемый организациями с целью выявления наилучших практик других компаний.

6) Система 20 ключей – инструмент для оценки эффективности работы компании, включающий совокупность различных методов реализации постоянных улучшений и усовершенствований, внедряемых компаниями-лидерами. Другими словами, это бенчмаркинг-инструмент, при помощи которого процесс исследования и оценки эффективности работы компании существенно упрощается. Согласно этой системе, компания оценивает собственную организацию с помощью 20 ключей (каждый из которых — фактор, имеющий критическое значение для ее функционирования) по 5-бальной системе. Путем определения на каком уровне компания находится в каждом из 20 ключей, идентифицируются ее слабые места. Например, 1 – чистота и организация; 2 – оптимизация системы управления целями, 3 – работа коллектива по внедрению улучшений; 4 – сокращение запасов и времени на выполнение заказа и др.

7) Перспективное планирование качества продукции (APQP) – структурированный метод определения и своевременного выполнения всех этапов работ, необходимых для обеспечения требований и ожиданий потребителя.

8) Метод критического пути (CPM) – метод управления проектом, используемый при сетевом планировании, направленный на определение, схематическое изображение и анализ последовательности работ, затрат и продолжительности выполнения проекта, необходимых для его завершения.

9) Анализ на основе модели Shell / DPM основан на том, что общая стратегия организации должна обеспечивать поддержание баланса между денежным излишком и его дефицитом.

Система кайдзен предусматривает изменение устоявшихся управленческих

подходов, методик, терминологии. Рассмотрим пример критического осмысления применяемых в управленческой практике категорий.

В Федеральном законе «О несостоятельности (банкротстве)» (статья 3 «Признаки банкротства») определено: «Юридическое лицо считается неспособным удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если соответствующие обязательства и (или) обязанность не исполнены им в течение трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены». Таким образом, основным критерием банкротства является несбалансированность денежных потоков, а не отрицательный финансовый результат. Тем не менее, в условиях доминанты метода начислений, наиболее значимые индикаторы связаны с показателями, рассчитываемыми в рамках метода начислений (например, прибыль, рентабельность).

Данный подход характерен не только для финансового, но и для управленческого учета. Примером можно считать один из наиболее значимых показателей управленческого учета – маржинальный доход.

В соответствии с общеизвестной формулой, маржинальный доход представляет собой разницу между выручкой и переменными затратами. В современных экономических условиях строительные организации достаточно часто не получают выручку или получают ее не в полном объеме. Поэтому для целей управления применение начисленной выручки как аналитического показателя не всегда информативно.

Переменные затраты представлены, в основном, заработной платой работников-сдельщиков или же переменной частью оплаты труда (при делении оплаты труда на переменную и постоянную части в соответствии с учетной политикой организации), энергией на технологические цели, строительными материалами и др. В то же время, у организации может быть непоплаченная задолженность перед поставщиками, по заработной плате. По сути, показатель переменных затрат, рассчитанный по методу начислений не раскрывает информации в полном объеме.

В этой связи рекомендовано рассчитывать «оплаченные переменные расходы» (таблица 1).

Таблица 1 – Состав оплаченных переменных и постоянных затрат

Затраты	Оплаченные переменные затраты	Оплаченные постоянные затраты
Материальные затраты	Начисленные прямые затраты, умноженные на усредненный процент оплаты кредиторской задолженности	Начисленные накладные затраты, умноженные на усредненный процент оплаты кредиторской задолженности
Трудовые затраты	Выплаченная заработная плата работников-сдельщиков или же переменная часть оплаты труда (при оплате	Выплаченная заработная плата работников-повременщиков или же постоянная часть оплаты

	труда, предполагающей две части: твердый (гарантированный) оклад и переменную часть)	труда (при оплате труда, предполагающей две части: твердый оклад и переменную часть)
Прочие затраты	Начисленные переменные расходы, умноженные на усредненный процент оплаты кредиторской задолженности	Начисленные постоянные затраты, умноженные на усредненный процент оплаты кредиторской задолженности

Усредненный процент оплаты кредиторской задолженности означает долю оплаченной кредиторской задолженности за период в ее начисленной величине.

Очевидно, что в составе затрат не отражены амортизационные отчисления, которые не связаны с денежными потоками, а являются результатом применения учетной методологии. В составе амортизации к переменным затратам относятся лишь амортизационные отчисления, начисленные по способу списания стоимости пропорционально объему продукции (работ). В соответствии с проведенными исследованиями методик начисления амортизации, используемых строительными организациями, был сделан вывод о крайне редком применении этого способа. В связи с этим в составе переменных затрат амортизационными отчислениями можно пренебречь как несущественными. Большинство организаций предпочитает применять линейный способ для минимизации отличий с налоговым учетом.

Отличия между расходами, формируемыми в соответствии с методом начислений и с использованием кассового метода, заключаются не только в наличии амортизации. Помимо амортизации есть целый ряд статей, которые включаются в бюджет доходов и расходов (метод начислений) и не включаются в бюджет денежных средств, статьи которого формируются по кассовому методу (таблица 2).

Таблица 2 – Примеры статей, вызывающих отличия между показателями бюджета доходов и расходов и бюджета денежных средств

Статья	Метод начислений	Кассовый метод
Накопление дебиторской задолженности	+	
Амортизация	+	
Накопление запасов (оплата закупок)		+
Переоценка основных фондов и товарно-материальных ценностей	+	
Брак в производстве	+	
Порча и потери запасов при транспортировке и хранении	+	
Недостачи по результатам инвентаризации	+	
Курсовые разницы	+	
Получение /погашение кредитов и займов		+

Приобретение производственных фондов	основных		+
---	----------	--	---

Таким образом, маржинальный доход с позиции кассового метода может быть рассчитан как результат сопоставления полученной выручки (погашенной дебиторской задолженности) и оплаченных переменных затрат.

Для структурирования терминологии можно использовать следующие понятия:

- маржинальный доход при методе начислений;
- маржинальный доход при кассовом методе.

Экономический смысл маржинального дохода при кассовом методе означает сумму, которая может быть направлена на погашение постоянных затрат к уплате.

Практическое применение заключается в повышении обоснованности правил принятия управленческих решений в краткосрочном периоде, основанных на категории «маржинальный доход». Например, правило принятия решений о прекращении деятельности подразделения или определенного вида деятельности. В условиях метода начислений положительный маржинальный доход не может являться надежным индикатором без дополнительного расчета маржинального дохода при кассовом методе.

В этой связи, самой главной задачей ставится выработка единой корпоративной идеологии и культуры, формирование схожих ментальных моделей работников организации как залог успеха технических изменений, предусмотренных кайдзен.

В российских организациях применение инструментария кайдзен носит фрагментарный характер.

Поэтому для успешного внедрения этой системы необходимо обеспечить комплексность внедрения, а также акцент на философии кайдзен как образе мышления, прежде всего, руководителей компаний.

Таким образом, в настоящей работе терминологическое поле было структурировано в разрезе общетеоретических, структурных и методических элементов кайдзен.

Список литературы:

1. Давыдова, Н. С. Модель управления внедрением системы «бережливое производство» на предприятии / Н. С. Давыдова, Ю. П. Ключков // Вестник Удмуртского университета. – 2012. – Вып. 4. – С. 32 – 35.
2. Детмер, У. Теория ограничений Голдратта: Системный подход к непрерывному совершенствованию / У. Детмер; пер. с англ. – М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2013. – 443 с.
3. Кизим, А. Интеграция логистических инструментов в концепции «бережливое производство» / А. Кизим, Э. Березовский // Логистика. – 2012. – № 3. – С. 56 – 59.
4. Киреева, Н. Инновационный механизм логистического инструментария управления / Н. Киреева // Логистика. – 2013. – № 1. – С. 38 – 39.
5. Криштал, М. М. Специфика внедрения концепции «бережливое производство» в отечественных условиях / М. М. Криштал, Н. А. Зайцева //

Вектор науки ТГУ. – 2010. – № 3 (13). – С. 158 – 160.

6. Подход на основе менеджмента качества: ГОСТ Р ИСО 9004-2010: утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 23.11.2010 № 501-ст

7. Потемкин, А. И. Японский «кайдзен» и творческая активность российских работников / А. И. Потемкин, Н. В. Моргунова, Н. М. Филимонова // российское предпринимательство. – 2010. – № 8 (1). – С. 41 – 45.

8. Уваров, П. О. Управленческий учет инвестиционно-строительной деятельности / П. О. Уваров // Микроэкономика. – 2012. – № 6. – С. 62 – 65.

9. Бухгалтерский финансовый учет: Учеб пособие / Под ред. Ю.И. Сигидова, Г.Н. Ясменко. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 367 с.

ГЛАВА III. КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ[©]

Одним из первых мыслителей, попытавшихся обозначить проблемы конкуренции, назвать ее и наметить некоторые пути решения, был классик французской политэкономии П. Буагильбер, выдвинувший принцип «экономики невмешательства и свободной конкуренции»¹.

Заслуга теоретического обоснования этого лозунга принадлежит А.Смиту. В основу своих взглядов на конкуренцию А. Смит² положил учение о «естественном» порядке, «экономического человека», стремящегося исключительно к собственной выгоде, представляющего собой персонифицированную идею конкуренции. Но, преследуя свой интерес, человек одновременно реализует интересы всего общества, причем делает это добровольно, добросовестно и наиболее эффективно. А. Смит впервые доказал, что конкуренция, уравнивая нормы прибыли, приводит к оптимальному распределению труда и капитала. Она уравнивает частные интересы и экономическую эффективность.

А. Смит отмечал, что кроме того, конкуренция лишает участников рыночного процесса власти над ценой и чем многочисленнее экономические соперники, тем скорее между ними возникает борьба за преимущества с помощью наращивания или сбивания цен, тем труднее им вступать в сговор.

Следовательно, конкуренция представляет собой процесс реакции на новую силу и способ достижения нового равновесия сущностью, которой является борьба конкурентов за относительные преимущества. При этом А. Смит понятие конкуренции рассматривает шире, дополнительно включая в него несколько других элементов³:

Теория «совершенной конкуренции», предложенная Л. Вальрасом⁴, существенно отличается от теории свободной конкуренции.

Так, в рыночной экономике противоположностью конкуренции является монополия. Однако многие ученые давно заметили не только их антагонизм, но

[©] *Хазанова Д. Л., ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов.*

¹ Портер М. Конкуренция: Учебное пособие/Пер. с англ.- М.: Вильямс, 2000. - 495 с.

² Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. - М.: Наука. 1993

³ Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. - М.:Наука.1993, С. 179

⁴ Курс экономики: Учебник/ Под ред. Б.А. Райзберга. 3-е изд. М.: ИНФРА-М, 2000.

и их взаимосвязь. Будучи взаимосвязанными, проблемы конкуренции и монополизма приобретали на разных этапах развития экономической мысли неодинаковое значение.

Французский математик и экономист А. Курно давший впервые определение дуополии и олигополии, рассматривал монополию и конкуренцию как крайние случаи рыночных ситуаций. К. Маркс давал следующее определение конкуренции: «Свойственная товарному производству, основанному на частной собственности на средства производства, антагонистическая борьба между частными товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и одновременно механизм стихийного регулирования пропорций общественного производства». По мнению К. Маркса конкуренция выступает как внешняя принудительная сила, заставляющая частных товаропроизводителей повышать производительность труда на своих предприятиях, расширять производство, увеличивать накопления, и т.п. Она ведет к вытеснению мелкого производства крупным, к расслоению мелких товаропроизводителей, подавляющее большинство которых разоряется, превращаясь в пролетариев и полупролетариев, а значит, меньшинство обогащается, становится капиталистами⁵.

Самую безукоризненную теоретическую модель совершенной (чистой) конкуренции построил в «Принципах политической экономии и налогообложения» Д. Рикардо⁶. Для ее описания автор обратил внимание на том, как функционирует данная система в долгосрочной перспективе. Такой подход дал возможность избежать «деталей», связанных с государственным регулированием, монопольной властью, географическими особенностями рынка, которые в долгосрочной перспективе не имеют решающего значения. Для условий, рассмотренных в трудах Д. Рикардо, принципиальным является положение о том, что цены складываются только под воздействием спроса и предложения в результате конкурентной борьбы. После того, как все участники рынка получают сведения о ценах и объемах производства, они отстраняются от активной деятельности. Временной фактор и риск не являются компонентами этой модели. Фирмы принимают решения на основе качественно-ценовых матриц, минимизирующих издержки производства и реализации продукции. Решающее значение в установлении баланса цен играет конкуренция.

Идея совершенной конкуренции помогла понять, каким образом «естественные» цены в теории равновесия сочетаются с принципами децентрализованного-управления и как последние способствуют развитию капиталистической экономики. Совершенно определенно на этот счет высказывался Д.С. Милль: «Принимая во внимание то, что конкуренция является единственным регулировщиком цен, заработной платы, ренты, она сама по себе является законом, который устанавливает правила этого

⁵ Маркс К., Ницета философии, Маркс К. и Энгельс Ф., Соч., 2 изд., т.4, с. 151.

⁶ Райзберг Б.А. Курс управления экономикой. - СПб.: Питер, 2003. - 528 с.

регулируемости»⁷.

В конце XIX в. В развитых странах начался процесс становления, индустриального общества, когда появились и стали набирать силу корпорации, порожденные развитием процессов концентрации и централизации в производственной сфере (тресты, картели, пулы и т. п.). В это время происходит все большее отождествление монополии с крупномасштабным производством, а конкуренции - с множеством действующих в экономике фирм, но меньшего масштаба.

У истоков исследования проблем конкуренции эпохи индустриального общества были такие известные экономисты, как А. Маршалл, Дж. Б. Кларк, А. Пигу, И. Шумпетер. В своих исследованиях они доказывают, что возникновение монополий - неизбежный результат развития крупного производства, и рыночной конкурентной среды.

Особенно значительными в этом смысле можно считать неоклассические концепции А. Маршалла⁸. Развивая основные положения классической теории, он более последовательно и полно обосновывал механизм автоматического установления равновесия на рынке с помощью совершенной (чистой) конкуренции и действия законов предельной полезности и предельной производительности. Однако А. Маршалл пошел гораздо Дальше, он подверг критике «условности» модели чистой конкуренции. Разработка теории анализа долгосрочного равновесия на рынке, а также учет развития технологии и потребительских предпочтений при определении относительных цен позволили создать основы теории новой модели конкуренции - монополистической. Основной недостаток описания конкуренции классической и неоклассической школами заключался в том, что в исследованиях уделялось очень повышенное внимание координирующей роли цены в долгосрочном равновесии.

Позже В. Парето и А. Пигу исследовали те пределы, в которых конкуренция способствует экономическому развитию и росту до оптимальной экономической организации производства. Заслугой итальянского экономиста В. Парето является то, что он одним из первых высказал предположение о том, что для монополизации экономики или господства конкуренции важную роль играет дифференциация продуктов на рынке. Он показал, что монополия может возникнуть также из особенностей торгового обслуживания покупателя⁹.

Эти идеи позднее были использованы в теории олигополии Э. Чемберлина¹⁰. В своей работе «Теория монополистической конкуренции», вышедшей в 1933 г., он развил идею неразрывности «сосуществования»

⁷ Робинсон Д. Экономическая теория несовершенной конкуренции/Пер, с англ. - М.: Прогресс, 1986.-С.253.

⁸ Маршалл А. Принципы экономической науки. -М : Професс, 1993 -т. 1-415 с.

⁹ Брагинский СВ., Певзнер Л.А. Политэкономические дискуссионные проблемы, пути обновления, -М. Мысль, 1991 с. 128.

¹⁰ Робинсон Д. Экономическая теория несовершенной конкуренции/Пер, с англ. - М.: Прогресс, 1986.-С.253.

монополии и конкуренции. Образование монополий он объяснял не только концентрацией производства, но и дифференциацией продукции по качеству и территории.

Д. Робинсон в книге «Теория несовершенной конкуренции», вышедшей в том же 1933 г, поддерживает идею Чемберлина о том, что свободная конкуренция ушла в прошлое. Однако у нее несколько иной подход к анализу монополий. Если, Э. Чемберлин, исходя из дифференциации продукта, включал в круг своего анализа все фирмы (и крупные, и мелкие), обладающие элементами частичной монопольной власти, и считал, что именно борьба таких фирм за покупателя составляет смысл монопольной конкуренции, то Дж. Робинсон во главу угла ставила, прежде всего, проблему ускоренного развития крупных компаний, формирующихся под влиянием процессов концентрации производства и капитала. Полезные для общества функции монополии автор видела в снижении издержек производства, стимулировании технического прогресса, стабилизации рынков и экономики в целом. Говоря о совершенной конкуренции, И. Шумпетер отмечал: «Это не тот вид конкуренции, который может быть отнесен на счет существующих товаров, но этот вид конкуренции может быть особенно актуальным, если речь пойдет о новом товаре, новой технологии, новых ресурсах или новом типе организации»¹¹.

Более определенно высказывался Ф.А. Хайек в своей книге «Индивидуализм и экономический порядок»: «Надо принимать во внимание то, что государственное устройство уже существует и процесс конкуренции происходит в уже существующей системе. Если бы модель совершенной конкуренции, когда-нибудь существовала бы в реальном государстве, то не было бы никаких ограничений во всех сферах деятельности. Но это фактически невозможно, так как ограничения со стороны государства жизненно необходимы»¹².

Американский экономист Дж. Гэлбрейт¹³ также как и И. Шумпетер¹⁴ считает, что именно крупные монопольные объединения лучше всего обеспечат разработку и использование нововведений. В современных условиях вследствие увеличения сложности и длительности производственного процесса а, следовательно, и размеров необходимых инвестиций, для фирмы, чтобы выстоять в конкурентной борьбе, важно осуществлять контроль за ценами. Поэтому предполагает указанный автор, должен меняться и характер ценовой конкуренции, которая должна быть, подчинена интересам крупных компаний.

На наш взгляд, интересной представляется мысль Гэлбрейта о том, что

¹¹ Шумпетер И. Капитализм, социализм и демократия. -М: 1982.

¹² Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия// МЭ и МО. -1989. №12.- С. 6.

¹³ Гелбрейт Д. Экономическая теория и цели общества. /Пер. с англ.- М.: Прогресс, 1979.

¹⁴ Шумпетер И. Теория экономического развития. (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры)/Пер. с нем. М.: Професс, 1982.

каждый товаропроизводитель обладает внешней и внутренней монополией. В этом случае право предприятия, являющегося единственным производителем товара, навязывать контрагентам особые условия взаимоотношений, диктовать цены можно назвать внешней монополией. При внешней монополии товаропроизводитель пытается навязать необъективно установленные цены, а общество ощущает чье-то конкретное воздействие, что может быть запрещено. Внешняя монополия характеризует экономико-юридический статус товаропроизводителя и она нужна каждому участнику рынка для перераспределения в свою пользу с помощью завышения цены части общественного продукта¹⁵.

Среди современных зарубежных исследований конкурентоспособности необходимо отметить работы Р. Уотермана и Т. Питерса, К. Анкоффа, И. Ансоффа. Появившись в период кризисного для США периода, как в экономике, так и в управлении, их публикации представляют собой попытку ответить на ряд наболевших вопросов американского менеджмента, в том числе на «Японский вызов» сыгравший стимулирующую роль в создании новой парадигмы управления¹⁶.

Об эволюции принципиальных идей о конкуренции и монополии, о научном вкладе и теоретических позициях крупнейших исследователей по этим вопросам можно судить по обобщающим данным приводимой ниже матрицы (таблица 1).

Таблица 1 -Матрица эволюции основных идей и понятий конкуренции¹⁷

Крупнейшие исследователи	Важнейшие труды	Главные мысли и выводы
Пьер Буагильбер (1646-1714)	«Диссертация о природе богатств»	Выдвинул саму идею «Экономики невмешательства и свободной конкуренции»
Адам Смит (1729-1790)	«Исследование о. природе и причине богатства народов»	Теоретически обосновал принцип «невидимой руки», подтверждая общественную выгоду от стремления каждого к личному обогащению
Вальтер Ойкен (1891-1950)	«Основные принципы экономической политики»	Доказывал эффективность конкурентного хозяйства, критиковал государственное регулирование экономики
Антуан Огуст Курно (1801-1877)	«Исследование математических принципов теории богатства»	Впервые использовал понятия «олигополия» и «дуополия», дал им определения и показал, что эти два состояния рынка наблюдаются более часто
Альфред	«Принципы	Выявил тенденцию снижения издержек при

¹⁵ См. в работах Данчикова Е.А. , в т.ч. «Конкурентоспособность предпринимательских структур и продукции».

¹⁶ См. в работах Радица А.А., в т.ч. «Методы обеспечения и оценки конкурентоспособности».

¹⁷ См. подробнее в работах Синополец Н.В., в т. ч. «Управление стратегической конкурентоспособностью региона (на примере Тамбовской области)».

Глава III. Качественные методы оценки конкурентоспособности

Маршалл (1842-1924)	политической экономии»	росте размеров предприятия, что увеличивает эффективность компании
Артур Сесил Пигу (1848-1923)	«Экономикс благосостояния»	Сделал попытку обозначить пределы, в которых конкуренция приносит пользу, толкает экономический рост
Вильфредо Парето (1848-1923)	«Курс политической экономии»	Выявил некоторые объективные причины монополизма. Разработал теорию оптимальной эффективности экономической системы
Евгений Варга (1879-1964)	«Мировое хозяйство и мировая экономика»	Исследовав монополистическую конкуренцию дал классификацию типов монополий.
Эдуард Чемберлин (1899-1967)	«Теория монополистическую конкуренции»	Развив идею В. Парето, доказал, что монополизация рынка зависит от степени дифференциации продукции. Показал важность синтеза понятий «конкуренция» и «монополия».
Джоан Робинсон (1903-1983)	«Теория несовершенной конкуренции»	Изучала проблему развития крупных фирм, отводя монополиям важную роль в техническом прогрессе. Считала, что свободная конкуренция ушла в прошлое.
Йозеф Шумпетер (1883-1950)	«Капитализм, социализм и демократия»	В своих работах подчеркивал исключительную важность монополий для НТП. Разработал «теорию эффективной монополии».
Дж Гелбрейт	«Новое индустриальное общество»	Поддерживая идеи И. Шумпетера, важное место отводит инвестициям и регулированию цен. Для описания индивидуальных свойств фирмы ввел понятие «внутренняя монополия»

Сущность конкуренции выражена в множестве её определений, сформулированных некоторыми авторами.

«Конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам», - считает современный американский экономист П. Хайне¹⁸.

Нобелевский лауреат по экономике 1974 г., австрийский ученый Фридрих А. фон Хайек отмечает, что конкуренция - процесс, посредством которого люди получают и передают знания. По его мнению, на рынке только благодаря конкуренции скрытое становится явным. Конкуренция ведет к лучшему использованию способностей и знаний. В своей книге «Международная конкуренция» М. Портер отмечает, что конкуренция - динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты¹⁹.

Вместе с тем, А.Ю. Юданов считает, что до сих пор в мире отсутствует единое комплексное понятие «конкуренция». Ученые придерживаются одной из

¹⁸ Хейне П. Экономический образ мышления. - М., 1991.- 202 с

¹⁹ Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия //Мировая экономика и международные отношения. -1989.-№12.

трех трактовок конкуренции: поведенческой, структурной, функциональной. Р.А. Фатхутдинов предлагает следующее определение: конкуренция - процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для содержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение субъективных и объективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях. Как было доказано многими экономистами, конкуренция является движущей силой развития общества, главным инструментом экономии ресурсов, повышения качества товаров, услуг и уровня жизни населения. Конкуренция - очень сложное понятие и изучение её механизма в условиях российской экономики приоритетное направление в настоящее время²⁰.

Б. Карлофф утверждает, что «...стратегия подсказывает, на чем предприятие должно концентрировать свои усилия и какие согласованные действия нужно произвести, чтобы добиться существенных конкурентных преимуществ»²¹.

Конкурентоспособность - комплексное понятие, которое предполагает несколько уровней конкурентных преимуществ. Чтобы обеспечить лидирующее положение предприятию отрасли, важной стратегической задачей становится опережение конкурентов сразу по нескольким факторам конкурентоспособности - внешним и внутренним.

Отсутствие единого взгляда на проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий, с одной стороны, и особая важность их решения, с другой, послужили мотивом к проведению анализа основных подходов к определению понятия «конкурентоспособность предприятия» и его содержания. Результаты этого анализа представлены в таблице 2.

По мнению американского ученого М. Портера, суть конкуренции на рынке выражается пятью факторами²²:

- угрозой появления новых конкурентов;
- угрозой появления товаров или услуг заменителей;
- способностью поставщиков комплектующих изделий торговаться;
- способностью покупателей торговаться;
- соперничеством уже имеющихся конкурентов между собой.

Таблица 2- Определения понятия «конкурентоспособность»²³

Определение	Автор
Способность предприятия (фирмы) противостоять на рынке другим изготовителям и поставщикам аналогичной продукции (услуги) как по	Донцова Л.В.

²⁰ Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА-М, 2000.

²¹ Карлофф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. послесл. В.А. Приписнов. - М.: Экономика, 1991-239 с.

²² Портер М., Конкуренция: Учебное пособие / Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2000. - 495 с

²³ См. в работах Радина А.А., в т.ч. «Методы обеспечения и оценки конкурентоспособности промышленных предприятий на российском рынке».

Глава III. Качественные методы оценки конкурентоспособности

степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.	
Свойство объекта, характеризующего степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке или конкурентоспособность - это способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами в условиях конкретного рынка.	Дулисова И.Л.
Реальная и потенциальная способность компаний, а также имеющих у них для этого возможностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и не ценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов	Рубин Ю.Б.
Способность предприятия изготавливать и сбывать товар с большей конкурентоспособностью, чем у конкурента	Нестерова Р.В.
Сравнительное преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри национальной экономики и за ее пределами	Млоток Е.
Способность компаний реализовывать свою продукцию по цене; обеспечивающей рост и выполнение обязательств перед третьими лицами (обеспечение определенного уровня рентабельности, формирования основных фондов, возврата инвестированного капитала)	Джакот Дж. Х.
Важнейший критерий целесообразности выхода предприятия на национальные и мировые товарные рынки.	Багиев Г.Л.
Свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке	Фатхутдинов Р.А.
Конкурентоспособность - это способность страны или фирмы продавать свои товары.	Р. Мэйсон

Значение каждого из пяти факторов меняется и определяется прибыльностью, так как эти силы влияют на цены, которые могут диктовать фирмы, на расходы, которые им приходится нести, и на размеры капиталовложений, необходимых для того, чтобы конкурировать на рынке.

Угроза появления новых конкурентов чаще всего снижает общий потенциал прибыльности в отрасли, потому что они привносят новые, производственные мощности и стремятся заполучить долю рынка сбыта, тем самым, снижая позиционную прибыль.

Наличие товаров-заменителей ограничивает цену, которую могут запросить фирмы, конкурирующие в этой отрасли; более высокие цены побудят покупателей обратиться к заменителю, и снизят объем производства в этой отрасли.

Считается, что эффективность процесса производства зависит от используемых ресурсов и их качества: трудовых, земли, капитала. Главным участником этого процесса производства являются люди. Их уровень, квалификации и качество труда, т.е. стремление людей к производительному труду, являются важным фактором жизнедеятельности конкурентного предприятия. Без капитала (инвестиций в капитал) невозможно обновление основных производственных фондов, привлечение новых высокоэффективных

технологий и как следствие создание конкурентной продукции. Обладание природными ресурсами так же является важным ресурсным фактором в конкурентной борьбе.

Перед производителем всегда стоит задача рассчитать объем производства, обеспечивающий максимальную прибыль при минимальных, капиталовложениях. И здесь важно учитывать соотношение спроса и его покрытие товарной массой. Объем продукции, производимой предприятием и конкурентами не должен превысить тот объем, который может вместить в себя рынок, где действуют конкуренты. Иначе возникает перепроизводство и как следствие потеря прибыли и эффективности использования производственных ресурсов²⁴.

Следовательно, по нашему мнению, к факторам, отражающим суть конкуренции которые выделяет М. Портер можно добавить еще два: качество и доступность ресурсов, соотношение спроса и возможность его покрытия товарной массой.

Обратим внимание на внешнее влияние на конкурентную среду, которое определяется, по нашему мнению, такими важными факторами как: государственное регулирование и влияние рынка, рост и неустойчивость рыночного спроса, и технологические изменения.

Конкурентоспособность является относительно новым понятием для российской действительности. В Федеральном законе Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22 марта 1991 г. № 948-1 (в ред. Законов РФ от 24 июня 1992 г. №3310-1, Федерального закона от 25 мая 1995 г. № 83-ФЗ) под конкуренцией понимается «сопоставительность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке». Указанное определение конкуренции, на наш взгляд, можно считать основополагающим и универсальным.

Дискуссии по проблемам определения и сущности конкуренции продолжаются постоянно. Основой же методологического подхода к анализу конкуренции на современном этапе является модель равновесия. Анализ структуры и содержания формулировок и трактовок понятия «конкуренция» позволяет сделать следующие выводы:

Во-первых, понятия «конкуренция», предложенные различными авторами, не в полной мере отвечают требованиям системности и комплексности, т.е. они характеризуют только один из множества аспектов конкуренции;

Во-вторых, существуют многообразные подходы к формулированию понятия: один автор под конкуренцией понимает соперничество (борьбу) фирм, то есть юридических лиц, другой - соперничество физических лиц, третий - как наличие на рынке достаточного количества продавцов и покупателей, четвертый - ситуацию, пятый - стремление, шестой - процесс и т.д.;

²⁴ См. в работах Данчикова Е.А., в т.ч. «Конкурентоспособность предпринимательских структур и продукт»

По результатам исследования можно сделать следующие выводы²⁵:

- конкурентоспособность предприятия характеризует величину и эффективность использования потенциала предприятия; конкурентоспособность продукции и предприятия - понятия взаимосвязанные, так как предприятие является опосредованным носителем свойства конкурентоспособность через свои товары и услуги. Вместе с тем, конкурентоспособность предприятия определяется характеристиками, отличными от используемых при определении конкурентоспособности продукции;

- конкурентоспособность предприятия, как характеристика оценки деятельности предприятия на рынке, является показателем относительным, где базой для сравнения выступают аналогичные показатели конкурентоспособности предприятий-конкурентов;

- конкурентоспособность предприятия является категорией динамической, ее изменения обусловлены как внешними, так и внутренними факторами, значительная часть которых может рассматриваться в качестве управляемых параметров.

- конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке;

- конкурентоспособность объекта определяется по отношению к конкретному рынку либо к конкретной группе потребителей, формируемой по соответствующим признакам стратегической сегментации рынка;

- если не указан рынок, на котором конкурентоспособен объект, это означает, что данный объект в конкретное время является лучшим мировым образцом;

- в условиях рыночных отношений конкурентоспособность характеризует степень развития общества. Чем выше конкурентоспособность страны, тем выше жизненный уровень в этой стране.

С позиций методологии анализа и оценки конкурентоспособности предприятия, с учетом обобщения литературы мы можем уточнить это понятие:

Конкурентоспособность предпринимательских структур - бизнес- система, способная не только оперативно реагировать на изменения динамично развивающейся среды рынка, но и формировать изменения собственных потенциальных возможностей, обеспечивая синергию внутренней (в т.ч. мотивационной) и внешней среды, в соответствии с чем удерживать существенную долю рынка, а, следовательно, обеспечивать рост доходов и собственное финансовое благополучие.

Все разнообразие предпринимательской деятельности можно классифицировать по различным признакам: в том числе по направлениям деятельности, отраслевой принадлежности, виду выпускаемой продукции и оказываемых услуг, количеству собственников, организационно-правовым, организационно-экономическим формам собственности - государственная, частная, с участием иностранного капитала, смешанная. Рассмотрим некоторые из них.»

²⁵ Да материалах исследований Радина А.А.

Важную роль в формировании предпринимательских структур играет , подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров предпринимателей: организация обучения современным методам ведения предпринимательской деятельности; обучение и переобучение кадров, их стажировка в развитых странах; организация подготовки и переподготовки преподавательских кадров для обучения предпринимателей; создание сети консультативных центров, проводящих профессиональный отбор и ориентацию кадров предпринимательского сектора и др.

Правовые условия. Это наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, создающих наиболее благоприятные условия для ее развития: упрощенная и ускоренная процедура открытия и регистрации предприятий; защита предпринимателя от государственного бюрократизма; совершенствование налогового законодательства в направлении мотивации производственной предпринимательской деятельности, развития совместной деятельности предпринимателей России и зарубежных стран. Необходимость правовых условий обоснована тем, что любая предпринимательская деятельность, функционирует в рамках соответствующей правовой среды. Сюда входит и создание региональных центров поддержки малого предпринимательства, усовершенствование методов учета и форм статистической отчетности. Большое значение также имеет подготовка законодательных инициатив по вопросам правовой гарантии предпринимательской деятельности, включая в первую очередь право на собственность и соблюдение договорных обязательств. Примером может служить складывающаяся в течение многих лет система законов, действующих в сфере предпринимательства США.

Рыночная экономика, несмотря на ее многие положительные черты, неспособна автоматически регулировать все экономические и социальные процессы в интересах всего общества и каждого гражданина. Она не обеспечивает социально справедливое распределение дохода, не гарантирует право на труд, не поддерживает социально незащищенные слои населения. Рыночная экономика не решает и многие другие актуальные проблемы. Обо всем этом должно позаботиться государство путем создания механизма государственного воздействия на предпринимательскую деятельность.²⁶

Обосновывая необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности, Ф. Котлер указывает три основные причины, в силу которых появились соответствующие законодательные акты²⁷:

- необходимость защитить фирму друг от друга. «Предприниматели в один голос превозносят конкуренцию, но, когда затрагивают их собственные интересы, пытаются нейтрализовать ее». Отсюда принятие законов, предотвращающих проявления недобросовестной конкуренции;
- необходимость защиты потребителей от недобросовестной деловой

²⁶ Завьялов П.С. Конкуренция - неотъемлемое свойство развитого рынка. //Маркетинг. 1997. № 5.

²⁷ Котлер Ф. Основы маркетинга. - С. 168.

практики. Отсюда направленность законов против тех фирм, которые, оставшись без присмотра, могут начать выпускать плохие товары, лгать в рекламе, вводить в заблуждение посредством упаковки и уровня цен;

– необходимость защиты высших интересов общества от разнузданности предпринимателей. Как очень мягко указывает Ф. Котлер: «...ведь предпринимательская деятельность не всегда обеспечивает нам лучшее качество жизни».

При этом, государство не может устанавливать в какой бы то ни было форме ограничения или преимущества в осуществлении прав собственности в зависимости от нахождения имущества в частной, государственной, муниципальной собственности или собственности общественных объединений (организаций).

Конкурентные преимущества предпринимательских структур, как и их конкурентоспособность в целом выявляются путем их сопоставления с соответствующими показателями фирм-конкурентов. По мнению ряда авторов²⁸ в число ключевых конкурентных преимуществ предпринимательских структур могут входить:

- мастерство стратегического управления деятельностью предприятия;
- рентабельность производства, рыночной и всей деятельности предпринимательских структур в сравнении с основными конкурентами;
- инновационная деятельность;
- производительность труда;
- мера удовлетворения потребностей клиентов;
- адаптивность, гибкость и быстрота реакции на меняющиеся требования рынка, потребителей и другие.

Несомненно, чем шире набор конкурентных преимуществ у предпринимательских структур и чем выше их качественный уровень в сравнении с достижениями конкурентов, тем благоприятнее объективные предпосылки для ее успеха на мировом рынке, тем более устойчивые позиции предпринимательские структуры могут занять на нем, равно как и на национальном рынке.

Для характеристики конкурентоспособных преимуществ предпринимательских структур используются различные показатели конкурентоспособности. Эти показатели отличаются друг от друга в каждой стране и отрасли и для отдельных видов продукции. Так, для японских концернов используются показатели, характеризующие способность менеджеров организовать соперничество и побеждать, способность как можно больше продать своей продукции на внутреннем и внешнем рынках. Естественно, эти способности могут создаваться не спонтанно, а лишь благодаря кропотливой и постоянной работе менеджеров всех уровней.

²⁸ Смирницкий Е.К. Экономические показатели промышленности. Справочник.-М.: Экономика. 1989- С.61. Федоров М.В., Задесенец Е.Е., Шипилов Е.И., Щаренский В.М. Экспертиза качества товара.-М.: Экономика 1984.-С.46-93.

Всю совокупность показателей конкурентных преимуществ следует разграничить на три группы: преимущества внутренней среды, внешней среды и комплексная конкурентоспособность предпринимательской структуры²⁹.

Ряд ученых, все же в качестве главного показателя конкурентоспособности рассматривают качество или уникальность, продукции. Хотя при этом они не отрицают таких показателей как цена продукции, объемы продаж и доходов, длительность пребывания на рынке и т. д.

Уровень, конкурентоспособности характеризуется совокупностью качественных, количественных, стоимостных и иных показателей, отличающих каждый конкретный товар (услугу) от товара (услуги) конкурента, и отражающих степень удовлетворения потребностей покупателя (клиента), т.е. полезность приобретаемого изделия (продукта)³⁰.

Изучение научной литературы³¹ и обобщение практического опыта, позволяют считать, что полезный эффект каждого товара может быть как правило представлен разнообразными критериями, являющимися расширенным отражением фактора качества и включающими в себя наиболее типичные группы приведенных показателей, которые систематизированы автором на два вида: «жесткие» и «мягкие» показатели.

«Жесткие» показатели характеризуют важнейшие функции товара (функциональные характеристики), изменение которых может осуществляться в определенных фиксированных пределах, заданных технико-технологическими параметрами изделия. К ним относятся следующие группы показателей.

Показатели надежности и долговечности характеризуют нормы и условия, по которым для конкретного рынка установлены обязательные требования международных и национальных стандартов, технических регламентов и норм законодательства.

Конструктивные показатели характеризуют основные проектно-конструкторские решения, использованные при разработке и производстве изделия, его состав и структуру, габариты, весовые характеристики.

Экономические показатели отражают затраты на разработку, изготовление и эксплуатацию или потребление продукции, а также экономическую эффективность эксплуатации (производительность, материалоемкость, энергоемкость, капиталовложения и т.п.).

Показатели назначения характеризуют области применения продукции и функции, которые она предназначена выполнять. По ним можно судить о содержании полезного эффекта, достигаемого в результате использования

²⁹ См. в работах Радина А.А., в т.ч. «Методы обеспечения и оценки конкурентоспособности промышленных предприятий на российском рынке».

³⁰ Современное управление. Энциклопедический справочник / Под ред. Карпухина Д.Н. и Мильнерса Б.З. В 2 томах. М.: Издатцентр, 1997.- 560 с.

³¹ См: Ансофф И. Стратегическое управление. М; Экономика, 1989. С. 93-102. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990. С. 689-691. Смирницкий Е.К. Экономические показатели промышленности. Справочник. М.: Экономика. 1989. С.61

данной продукции в конкретных условиях потребления.

«Мягкие» показатели характеризуют эстетические свойства, эргономические данные, имидж товара (дизайн, цвет, упаковка, соответствие национальным вкусам и традициям и т.д.).

Эстетические показатели определяют внешние формы и вид продукции, ее дизайн, привлекательность, выразительность, эмоциональность воздействия на потребителя и т.п.

Эргономические показатели раскрывают особенности продукции с точки зрения ее соответствия свойствам человеческого организма (гигиеническим, антропометрическим, физиологическим и психологическим) при использовании.

Значение «мягких» показателей в условиях насыщенности рынка товарами со схожими «жесткими» характеристиками возрастает.

Многие из перечисленных групп могут быть использованы как нормативные данные при утверждении стандартов, законодательных актов, при сертификации продукции, рекламных материалах, служебных инструкциях, в авторском и патентном праве (степень патентной чистоты и патентной защиты товара), уровень новизны товара, и т.п.

В развитие рассмотренной выше системы показателей автор полагает целесообразным выделить в качестве самостоятельных групп: экологические показатели и критерии имиджа.

Критерии имиджа - характеризуют структуру и ценность торговой марки товара, структуру и временные характеристики рекламной активности, уровень торговой мотивации.

Экологические показатели - предусматривают соответствие товара требованиям защиты окружающей среды и основывающиеся на рациональном и бережном природопользовании.

Когда рынок заполнен разнообразными товарами, в том числе со схожими характеристиками, возрастает значение следующих показателей, придающих продукции особую привлекательность - эстетических, имиджевых и инновационных. В отличие от показателей надежности, назначения, эргономических и экологических вышеуказанные характеристики товара обычно не могут быть выражены в тех или иных единицах (например, мощность, размер, гибкость и т.д.).

Конкурентоспособность как уже отмечалось довольно широкое понятие и поэтому наряду с показателями, раскрывающими непосредственную потребительские свойства и ценность товара в сопоставлении с аналогами-конкурентами, определяется также внешними по отношению к собственному товару характеристиками, не обусловленными его свойствами, т.е. маркетинговой и коммерческой составляющими. Маркетинговая составляющая показывает преимущества или недостатки в уровне конкурентоспособности товара по характеру и качеству исследований рынка и запросов конечных потребителей, степени эффективности работы по продвижению товара на рынок, стимулированию продаж, рекламной деятельности, учету жизненного цикла товара, правильности выбора ценовой стратегии, по рациональности

формирования сбытовой деятельности и каналов товародвижения. Коммерческая составляющая свидетельствует о качестве коммерческой работы по сравнению с фирмами-конкурентами и включает в себя уровень компетенции в подготовке и проведении переговоров, и заключении торговой сделки, и выборе форм и методов поставки товара; уточнения условий контракта, в частности определение цены товара, его качества; согласование условий поставки и другие³².

В зарубежной практике оценка конкурентоспособности производителя осуществляется «методом профилей»³³. Он базируется на положениях теории маркетинга и используется консультационными фирмами Западной Европы. Выявляются различные критерии удовлетворения запросов потребителей применительно к какому-либо продукту, устанавливается их иерархия и сравнительная важность в пределах того спектра характеристик, которые в состоянии заметить и оценить потребитель, проводится сравнение технико-экономических данных продукта с другими конкурирующими продуктами. Данный подход предполагает специальные исследования и осуществляется в три этапа.

На первом этапе устанавливается, какой рынок (или рынки) существует для данного товара и каковы требования рынков. Для каждого рынка необходимо установить, насколько удовлетворяются его требования конкурирующими на нем товарами в сравнении с идеальным продуктом, который хотел бы иметь потребитель. Информация на данном этапе собирается на основе опроса достаточно представительных групп потребителей. Затем решается вопрос, каким должен быть созданный продукт, чтобы его можно было сбывать с обеспечением максимальной рентабельности? На последнем этапе анализируется работа сбытового подразделения предпринимательских структур и всей товаропроводящей сети в сопоставлении с аналогичными подразделениями конкурентов. Цель данного этапа - измерить продолжительность времени сбыта и изучить возможности его снижения.

Особое место занимают матричные методы оценки уровня конкурентоспособности³⁴. Они основаны на идее рассмотрения процессов конкуренции в динамике. Теоретической базой этих методов служит концепция жизненного цикла товара и технологии. Главным инструментом данного исследования служит матрица, построенная с использованием двух показателей, один из которых является временным. По вертикали отмечаются темпы роста емкости рынка в линейном масштабе, а по горизонтали - относительная доля производителя на рынке в логарифмическом масштабе. Все стратегические

³² Строевский Л.Е. Внешний рынок и предприятие. - М.: Финансы и статистика, 1993. - 180 с. Федоров М.В., Задесенцев Е.Е., Шипилов Е.И., Щаренский В.М. Экспертиза качества товара. - М.: Экономика, 1984. - с. 46-93

³³ См. в работах Радина А.А., в т.ч. «Методы обеспечения и оценки конкурентоспособности промышленных предприятий на российском рынке»

³⁴ Савинов Ю.А. Как продавать товар на внешнем рынке. -М: Мысль. 1990.- 344с.

единицы бизнеса могут быть расположены на этой матрице в зависимости от своих характеристик и условий рынка. Наиболее конкурентоспособными будут те, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке. Согласно структурному подходу³⁵, оценка положения может быть сделана исходя из знания уровня монополизации отрасли, т. е. концентрации производства и капитала, и барьеров для вновь вступающих на отраслевой рынок компаний. К числу основных препятствий на пути новых конкурентов обычно относятся: экономичность крупно масштабного производства, степень дифференциации продукции, абсолютные преимущества в издержках у существующих фирм, размер капитала, необходимый для организации эффективного производства.

Другим методом определения критерия эффективной конкуренции, служит функциональный подход³⁶. Главную роль здесь играют следующие экономические показатели деятельности фирм: соотношение издержек цена, загрузка производственных мощностей, объемы выпуска продукции, норма прибыли и т. д. Данный метод позволяет в определенных пределах строить заключения относительно всей отрасли.

Наглядным примером определения конкурентоспособности отрасли может служить деятельность известной консультационной американской предпринимательских структур «Дан энд Бредетрит», которая рассчитывает на основании показателей рыночной деятельности обобщенные данные для отрасли. В этом случае предметом анализа, как правило, выступают три главные группы показателей³⁷.

В первую группу включают показатели, которые отражают эффективность производственно-сбытовой деятельности компаний отрасли: отношение чистой прибыли к чистым продажам, отношение чистой прибыли к чистой стоимости материальных активов, отношение чистой прибыли к чистому оборотному капиталу.

Во вторую группу показателей входят: отношение чистых продаж к чистой стоимости материальных активов, отношение чистых продаж к чистому оборотному капиталу, отношение чистых продаж к стоимости материально-производственных запасов, отношение основного капитала к стоимости материальных активов, отношение материально-производственных запасов к чистому оборотному капиталу:

Показатели второй группы характеризуют состояние производственной сферы деятельности компаний в основном интенсивность использования основного и оборотного капитала.

Третью группу составляют показатели, связанные с финансовой деятельностью предприятий: отношение оборотного капитала к текущему долгу (погашаемому в течение 1 года), период оплаты текущих счетов, отношение текущего долга к стоимости материальных активов, отношение общего долга к

³⁵ Блейк Р., Маутон Д. Научные методы управления. К.: 1990.- 234 с.

³⁶ Блейк Р., Маутон Д. Научные методы управления. К.: 1990.- 234 с.

³⁷ Савинов Ю.А. Как продавать товар на внешнем рынке. -М: Мысль. 1990.- 344с.

стоимости материальных активов, отношение текущего долга к стоимости материально-производственных запасов, отношение долгосрочных обязательств к чистому оборотному капиталу.

Функциональный метод позволяет оценить конкурентоспособность отдельных предприятий или их групп, являющихся составными частями фирм. В этом случае также применяются показатели, относящиеся обычно к целой компании. Это производительность труда, рассчитанная как отношение величины добавленной стоимости к общему количеству занятых на предприятии, отношение чистой добавленной стоимости к количеству занятых на предприятии.

Однако, как показали исследования кроме рассмотренных сторон деятельности и факторов, связанных с конкурентоспособностью предприятия важное значение имеют инновационная и технико-технологическая деятельность и факторы управления качеством³⁸.

Поэтому для получения более полного представления возможностей и усилий предприятия в решении своих проблем конкурентоспособности необходимо исследовать состояние инновационной и инвестиционной деятельности по улучшению технического уровня производства, а также развитию качественных характеристик продукции. Более того, в настоящее время ряд предприятий готовятся к сертификации своих товаров и систем обеспечения качества продукции, а некоторые уже получили временные сертификаты, подтверждающие внедрение международных стандартов в системе управления качеством продукции.

Таким образом, анализ современных концепций оценки конкурентоспособности производителя показывает, что данная категория применительно к предприятию имеет, по крайней мере, два принципиальных отличия от характеристики конкурентоспособности товара³⁹.

Первое. Конкурентоспособность предприятия, отражающая отличие данного производителя от соперников, применима к достаточно длительному промежутку времени. Конкурентоспособность товара может определяться в любой малый с экономической точки зрения промежуток времени - месяц, неделю, день. Это важнейшее отличие связано с тем, что фирма, как правило, занята выпуском разнообразных и обновляющихся товаров. Для проявления существенных отличий от предприятий-конкурентов на соответствующем товарном рынке должен пройти хотя бы один цикл обновления продукции, г. е. выпуска на рынок новых товаров.

Второе. Оценку деятельности производителя дает не только потребитель, но и сам предприниматель. Последний решает, выгодно ли для него в - масштабах и условиях данной ситуации на рынке и экономики заниматься производством рассматриваемых товаров. Если в случае определения

³⁸ Райхман Э.П., Азгальдов Г.Г. Экспертные методы в оценке качества товаров — М.: Экономика, 1984.-151с.

³⁹ См. в работах Радина А.А., в т.ч. «Методы обеспечения и оценки конкурентоспособности промышленных предприятий на российском рынке».

конкурентоспособности товара мы могли сказать, что потребителя совершенно не интересует, при каких издержках выпущен товар, то в случае определения конкурентоспособности производителя этого сказать - уже нельзя. Другой стороной общественной потребности в отношении предприятия-производителя является необходимость создания в процессе производства прибавочного продукта, составляющего основу роста благосостояния любого общества. С точки зрения всего общества конкурентоспособность производителя может оцениваться степенью соответствия своего развития общественным потребностям.

Опираясь на определение, что конкурентоспособность представляет собой сравнительную характеристику товара, содержащую комплексную оценку всей совокупности его качественных и экономических свойств (показателей) относительно выявленных требований рынка и свойств другого товара, предлагается методика определения конкурентоспособности продукции.

На первом этапе определяется набор показателей характеризующих предпринимательскую структуру. На втором этапе необходимо эти показатели определить количественно. На третьем этапе производится сопоставление с показателями эталонного образца. Выбор эталонного образца является наиболее важным блоком анализа конкурентоспособности, так как ошибка может исказить результаты.- Эталонный образец должен принадлежать к тому же классу товаров на рынке. Степень соответствия оценивается нами в процентах, имея ввиду, что эталон соответствует 100 процентам удовлетворения потребностей.

На четвертом этапе проводится оценка по всем показателям.

Оценку конкурентоспособности предпринимательских структур предлагается осуществлять на основе следующих принципов.

1Применение преимущественно количественных методов оценки. Число показателей должно быть минимальным, но достаточным для соблюдения принципа комплексности.

2Использование статистических данных страны и международных организаций (показатели по возможности должны быть одного уровня иерархии).

3Применение к формированию показателей системного подхода (прежде всего с точки зрения изучения взаимосвязей страны с внешней средой - мировым сообществом, ее интеграции с другими странами) и синергичности.

4Применение комплексного подхода, т.е. оценка конкурентоспособности с точки зрения политического, социального, духовного, экологического, технического, экономического развития.

5Применение показателей, отражающих прошлое, настоящее и будущее развитие, (смотреть в будущее в настоящем через прошлое).

6Структура (конструкция) формулы оценки конкурентоспособности организации должна быть идентична структурам формул оценки товара, с определением весомости (важности) частных показателей конкурентоспособности.

Конкурентное положение предприятия на рынке определяется не только

его внутренними особенностями и условиями деятельности, но и средой конкуренции, факторы которой не всегда являются управляемыми.

Конкурентная среда предприятия в условиях различных форм конкуренции формируется в результате воздействия на товарный рынок множества разнородных факторов, характеризующихся определенной сферой действия, временным периодом, интенсивностью. Появление новых конкурентов на рынке приводит к перераспределению долей рынка. Ввод новых мощностей влечет за собой обострение конкуренции и, как следствие, уменьшение цен и снижение рентабельности. Возможности проникновения в сегмент «новичков» зависят от уровня и входного барьера, который определяется совокупностью экономических, технических и организационных условий. Среди них - уровень отраслевой себестоимости, степень дифференциации продукции, доступность каналов распределения, потребность в дополнительных капитальных вложениях, высокие профессиональные навыки и квалификация, требуемые для производства продукции.

Потребители могут оказывать существенное влияние на интересы конкурирующих предприятий. Например, если потребители приобретают большую часть продукции, производимой предприятием, то существует прямая угроза оказания ими давления в виде угрозы снижения объема закупок. Поставщики сырья воздействуют на конкурентную борьбу на рынке с помощью двух средств - цены и качества. Особенно это проявляется в тех случаях, когда имеется небольшое количество поставщиков, определяющих политику поставок.

Продукция, способная в той или иной степени заменить продукцию исследуемого предприятия, значительно влияет на интенсивность конкуренции. Если цена на один из товаров возрастает, увеличивается спрос на другой, являющийся его заменителем. Угроза товарозаменителей определяется количеством эффективных заменителей, объемом их производства, разницей в ценах между продукцией-заменителем и продукцией-оригиналом. Особенно обостряют конкуренцию товары-имитаторы брендовых изделий. Чтобы товарный знак на продукцию стал брендом, он должен приобрести известность на рынке и обрести доверие у покупателей.

Таким образом, конкуренция предприятий в отрасли представляет собой их адаптацию к проявлениям внешней конкурентной среды. Принятие решений по выбору действий, создающих благоприятные условия для работы предприятия, требует большой аналитической работы, и в первую очередь - оценки интенсивности конкуренции.

Интенсивность конкуренции является одной из важнейших характеристик активности внутренней конкурентной среды. Ее можно определять на основе анализа трех агрегированных факторов: характера распределения рыночных долей между конкурентами, темпов роста рынка и его рентабельности.

Для оценки характера распределения рыночных долей между конкурентами обычно пользуются показателем, отражающим степень конкуренции производства в отрасли. Он позволяет оценить степень монополизации рынка и является величиной, обратной интенсивности

конкуренции. В соответствии с принятой практикой расчета используется так называемый четырехдольный показатель концентрации CR_4 , который представляет собой общую долю четырех первых предприятий рынка, реализующих максимальные объемы продукции в общем объеме реализации продукции на рассматриваемом сегменте рынка⁴⁰.

Другим известным подходом, частично лишенным этого недостатка, является оценка распределения рыночных долей с помощью суммы квадратов рыночных долей конкурентов - индекса Херфиндаля. Значения индекса увеличиваются по мере роста концентрации в отрасли и достигают при чистой монополии величину 1. На рынке, где действует 100 предприятий с равными долями, индекс равен 0,01. В расчете индекса Херфиндаля не учитываются ранги предприятий⁴¹.

Этого недостатка лишен индекс Розенблюта, который рассчитывается с учетом порядкового номера предприятия, полученного на основе ранжирования долей от максимума к минимуму.

Следующим важным экономическим фактором, определяющим интенсивность конкуренции, является коэффициент рентабельности рынка, определяемый отношением совокупной прибыли, полученной предприятиями на данном рынке, к объему продаж.

Установлено, что рынок с высокой рентабельностью характеризуется превышением спроса над предложением, облегчает реализацию фирмой своих интересов, не затрагивая конкурентов. Чем выше коэффициент рентабельности, тем меньше давление конкурентной среды и, следовательно, ниже интенсивность конкуренции, и наоборот.

Для ситуации, когда коэффициент рентабельности составляет более 100%, интенсивность конкуренции стремится к 0, а в условиях убыточности бизнеса - к 1⁴².

Конкурентные преимущества требуют для своей оценки систему показателей, характеризующих конкурентное положение, предприятия на рынке. Одним из наиболее общих и распространенных выражений оценки степени достижения предприятием целей на рынке считается фактическая доля рынка в общем объеме реализации продукции и услуг. Она, отражая наиболее важные результаты конкурентной борьбы, показывает степень доминирования предприятия на рынке, ее возможность влиять на объемные и структурные характеристики спроса и предложения товара.

⁴⁰ Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.— 205 с.

⁴¹ Демченко А.Д., Кузьбожев Э.Н., Шевченко И.С. Маркетинг: Конкурентоспособность предприятия/Конспект лекций. - Курск: КГТУ, 2000.- 65с.

⁴² Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.— 205 с.

ГЛАВА IV. ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ КАДРОВОГО АУДИТА[©]

Деятельность руководителей в современной организации направлена на обеспечение конкурентоспособности компании в долгосрочной перспективе. Соответственно, важнейшей задачей менеджеров является развитие основных факторов внутренней предпринимательской среды, которые в совокупности составляют основу деятельности всей организации.

Оптимальный и рациональный механизм реализации кадрового аудита позволит ему стать эффективным инструментом развития внутренней предпринимательской среды. Взаимосвязь процесса развития внутренней среды и процесса кадрового аудита представлена на Рисунке.

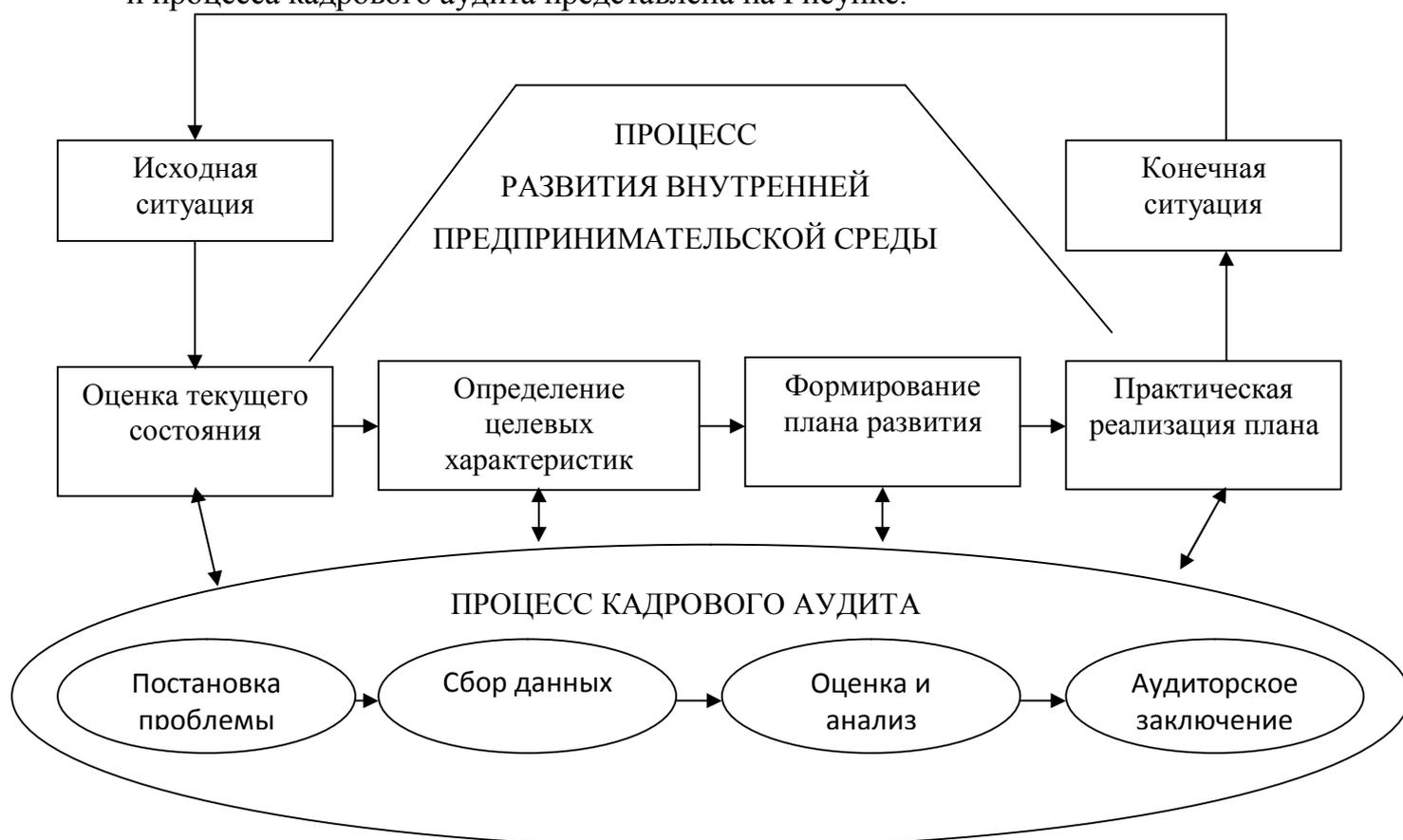


Рис. 1. Роль кадрового аудита в развитии внутренней предпринимательской среды

[©] Цветкова Е.В., Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

Персонал является ключевым ресурсом организации, обеспечивающим развитие всех остальных подсистем управления. Поэтому в основе процесса развития предприятия за счет совершенствования элементов внутренней предпринимательской среды должен лежать их глубокий анализ в контексте влияния системы управления персоналом и самих человеческих ресурсов на реализацию данных элементов. В рамках данного подхода автором была разработана схема развития внутренней предпринимательской среды на основе кадрового аудита, представленная на Рис. 2.



Рис. 2. Алгоритм реализации мероприятий по развитию внутренней предпринимательской среды на основе кадрового аудита

Кадровый аудит как технология не только оценки, но и управления персоналом на предприятии, является эффективным механизмом развития всех элементов внутренней предпринимательской среды. Для того, чтобы проведение кадрового аудита было максимально результативным, необходимо предварительно провести комплексный анализ среды для выделения проблем, целевых характеристик и, следовательно, общих направлений развития ее элементов.

Управление сотрудниками в организации на сегодняшний день является зоной ответственности руководителей всех уровней. Оно включает в себя деятельность по разработке систем мотивации, развития, обучения персонала, ведению кадрового документооборота, но логически первым и определяющим для всех перечисленных процессов является процедура оценки персонала, результаты которой ложатся в основу разработки всех основных инструментов управления персоналом. Вся деятельность по управлению персоналом должна обосновываться теми характеристиками элементов корпоративной среды, которые выявлены посредством ВПС-анализа.

Кадровый аудит на предприятии способен выявить и раскрыть серьезные проблемы предприятия, в результате решения которых будет успешно развиваться вся корпоративная предпринимательская среда. Но для достижения максимальной эффективности необходимо не просто провести процедуру кадрового аудита на предприятии, а сделать это продуманно и рационально, организовав механизм проведения кадрового аудита как полноценную систему по оценке системы управления человеческими ресурсами и, непосредственно, человеческих ресурсов.

По итогам проведения ВПС-анализа [1] формулируются основные проблемы, связанные с состоянием элементов корпоративной предпринимательской среды, на основе которых формируется группа целевых показателей и характеристик, которых необходимо достичь в рамках процесса развития предприятия. Данные показатели и характеристики лежат в основе разработки плана проведения кадрового аудита на предприятии, а также реализации рекомендаций, предложенных по итогам проведения кадрового аудита.

Когда руководство предприятия принимает решение о том, что на предприятии необходимо провести кадровый аудит, назначаются аудиторы, то есть исполнители данной процедуры. Аудиторами могут выступать как сотрудники организации, так и специалисты-консультанты из специализированных компаний. После того, как назначаются аудиторы, руководство и аудиторы совместно формулируют конкретные цели и задачи кадрового аудита. Чем точнее и правильнее сформулированы цели, тем больше вероятности эффективно провести кадровый аудит, поэтому нельзя недооценивать важность данного этапа проведения кадрового аудита. Сформулированные цели и задачи служат основой технического задания, которое необходимо разработать перед началом реализации кадрового аудита. План проведения кадрового аудита должен представлять собой документ, в котором оговорено содержание процедуры кадрового аудита, конкретные исполнители каждого элемента и сроки его выполнения.

Совершенствование аудита персонала невозможно без развития его методов. Иногда достаточно провести исследование, основанное на небольшом объеме исходной информации. В другом случае исследование может быть более глубоким и основываться на сложных исследовательских проектах. Основные подходы к прикладному исследованию состояния управления персоналом приведены в Таблице 1.

Таблица 1. Исследовательские подходы к аудиту персонала [2]

Сравнительный подход	Аудиторская команда сравнивает фирму с другой фирмой, чтобы путем сопоставления вскрыть области недостаточного выполнения. Такой подход обычно используется для сравнения результатов определенных действий службы управления персоналом или конкретных программ.
Привлечение внешних	Аудиторская команда полагается на экспертизу консультанта или опубликованных результатов исследования как стандарт,

экспертов	с которыми оцениваются действия службы управления персоналом или отдельные программы.
Статистический подход	По материалам существующих отчетов аудиторская команда формирует статистические стандарты. С их помощью могут быть оценены действия и программы в области управления персоналом.
Подход соответствия	Производя выборку элементов информационной системы управления персоналом, аудиторская команда ищет отклонения кадровой политики компании или процедур от соблюдения законодательных норм.
МВО подход	Когда в организации в области управления персоналом используется управление по целям – management-by-objectives (МВО), аудиторская команда может сравнивать фактические результаты с заявленными целями.

Реализации непосредственно кадрового аудита предшествует проведение подготовительных мероприятий, к числу которых относится разработка системы мотивации персонала к оценке, предварительная беседа с персоналом и другие.

Приблизительная структура кадрового аудита представлена в Таблице 2.

Таблица 2. Содержание процедуры оценки в кадровом аудите

Объект оценивания	Направления и методы оценки	Выходной документ
Система планирования персонала	Проверка должностных инструкций предприятия, оценка обеспеченности предприятия персоналом, анализ схемы проектирования рабочих мест и кадровой политики, применяемых методов расчета потребности в персонале, а также мероприятий по обеспечению организации персоналом	Протокол оценки системы планирования персонала с указанием ошибок и недостатков
Система набора и отбора персонала	качество подбора (соответствие всем требованиям); удовлетворенность менеджера нанятым специалистом; удовлетворенность руководителя процессом поиска и подбора персонала; количество уже закрытых вакансий; время работы с вакансией; финансовые затраты на закрытие вакансий	Протокол оценки системы отбора и набора персонала с указанием ошибок и недостатков
Система адаптации персонала	Описание используемых процедур адаптации, оценка их эффективности (количество работников, увольняемых в течение полугода, одного года, конфликты в подразделениях новичков), описание проблем, возникающих в период адаптации	Протокол оценки системы адаптации персонала с указанием ошибок и недостатков

Система мотивации персонала	Анализ структуры оплаты труда, доли базовой и премиальной ставок, наличие схем, персонифицирующих выплаты в соответствии с эффективностью; оценка соответствия разработанных принципов, структуры зарплаты и льгот условиям на рынке труда, производительности и прибыльности организации, проведение сравнительных исследований, определение эффективной системы вознаграждения	Протокол оценки системы мотивации персонала с указанием ошибок и недостатков
Система обучения и развития персонала	Анализ целей и используемых форм обучения. Оценка количества прошедших обучение (по темам); анализ процесса сбора и распространения в организации информации о программах обучения, анализ системы оценки эффективности обучения (выделение параметров оценки: с точки зрения затрат, количества персонала, практической ориентированности программ и фактических результатов)	Протокол оценки системы обучения и развития персонала с указанием ошибок и недостатков
Кадровая документация предприятия	Проверка трудовых договоров, приказов о приеме на работу, личных карточек сотрудников, трудовых книжек, приказов о предоставлении отпусков, табелей расчета рабочего времени, графиков сменности, правил внутреннего трудового распорядка, штатного расписания, книги учета движения трудовых книжек, должностных инструкций, положений о персональных данных работников, положения о премировании работников, инструкции по охране труда, журнала инструктажа, графика отпусков и др.	Протокол оценки кадровой документации с указанием ошибок и недостатков в ведении кадрового документооборота
Организация деятельности отдела по управлению персоналом	Оценка штатного состава отдела по управлению персоналом, анализ деятельности отдела по методу КРІ	Протокол оценки организации деятельности отдела по управлению персоналом с указанием ошибок и недостатков
Персонал предприятия	Анализ экономической эффективности деятельности персонала предприятия,	Протокол оценки персонала

	оценка персонала по компетенциям, психологическое тестирование, аудит талантов	
--	--	--

В процессе проведения оценки указанных выше систем составляются протоколы всех проверок. На основе изучения протоколов аудиторы формулируют отчетный документ, а затем, совместно с руководством предприятия, разрабатывают рекомендации по устранению недочетов и совершенствованию системы управления человеческими ресурсами и персонала организации в контексте влияния этих мер на развитие элементов внутренней предпринимательской среды.

Система набора и отбора персонала в организации включает в себя весь комплекс мероприятий по найму – набор персонала, т.е. создание необходимого резерва кандидатов на вакантные должности в организации, и отбор персонала, т.е. выбор из числа кандидатов на вакантную должность наиболее подходящего работника на основе оценки их профессиональных и личных качеств. Оценка эффективности системы набора и отбора персонала в рамках кадрового аудита позволяет уменьшить затраты времени руководителей на собеседование с неподходящими соискателями, сократить текучесть кадров, оптимизировать денежные затраты на продвижение вакансий и увеличить уровень удовлетворенности менеджера или заказчика профессиональным соответствием занимаемой должности нового сотрудника. В процессе найма работников большое значение имеет привлечение нужных специалистов в рамках установленных материальных и временных затрат. Эффективная система по поиску и подбору новых сотрудников должна с высокой степенью вероятности предсказать профессиональную успешность соискателей вакансии, давая возможность выбирать наиболее перспективных сотрудников за короткое время.

Оценка системы набора и отбора персонала проводится по следующим направлениям: качество подбора (соответствие всем требованиям); удовлетворенность менеджера нанятым специалистом; удовлетворенность руководителя процессом поиска и подбора персонала; количество уже закрытых вакансий; время работы с вакансией; финансовые затраты на закрытие вакансий.

Основные критерии определяются по результатам заполнения соответствующими специалистами опросных листов.

Целью системы управления адаптацией работников является обеспечение более быстрого включения в должность принятого работника, уменьшение количества возможных ошибок, связанных с «вхождением» в работу, формирование позитивного образа организации, уменьшение дискомфорта первых дней работы.

Основными задачами адаптации являются сокращение периода приспособления вновь принятых работников к требованиям и условиям труда; закрепление вновь принятых работников, повышение их мотивации; сокращение текучести персонала; экономия времени непосредственного руководителя и коллег; развитие у новых сотрудников благоприятного и позитивного отношения к работе, чувства удовлетворённости трудом;

уменьшение издержек, связанных со временем достижения новыми сотрудниками необходимых показателей работы.

Процесс адаптации носит индивидуальный характер. Для персонификации процесса необходимо создание Программы адаптации для каждого принятого работника. Содержание программы зависит от следующих факторов: содержания работы; статуса и уровня ответственности принятого работника; рабочего окружения; личных качеств работника.

Как меру оценки системы адаптации персонала принято рассматривать уровень удовлетворенности работника: чем выше степень насыщения потребностей и притязаний адаптанта, тем выше уровень его адаптации к микросреде. Количественно можно измерить глубину адаптированности работника, измерив, удовлетворенность персонала следующими факторами: производственной ситуации, морально-психологического климата в коллективе. Для выявления данных показателей в рамках кадрового аудита проводится анкетирование сотрудников, проработавших в компании от 2 недель до 2 месяцев.

Мотивация персонала на предприятии – это комплекс мероприятий, методов и приемов управления персоналом, направленный на создание побудительных мотивов, основная цель которых – максимально продуктивное выполнение каждым сотрудником своих обязанностей. [3]

Для оценки системы мотивации персонала в рамках кадрового аудита необходимо, в первую очередь, собрать информацию о проводимых на предприятии мероприятиях по мотивации персонала, а также проанализировать следующий комплекс показателей условия труда; психологический комфорт; материальная удовлетворенность; уровень охраны труда в организации; текучесть кадров; производительность труда.

Для оценки данных показателей необходимо собрать как экспертное мнение, так и провести соответствующее анкетирование среди сотрудников предприятия.

Роль системы обучения персонала в рамках управления компанией в наши дни очень возросла. А организация программ обучения требует существенных материальных затрат. Руководство фирмы, организующей обучение своих сотрудников, нуждается в оценке эффективности данной формы финансовых вложений. Кроме того, обучающиеся также интересуются тем, какой результат они получили, пройдя обучение. А обучающие, в свою очередь, должны знать, насколько результативны применяемые ими методы. Именно поэтому вопрос оценки эффективности программ обучения персонала является очень важным для всех участников процесса обучения. При этом существует определенная сложность в измерении эффективности обучения персонала, так как нельзя однозначно ответить на вопрос, сколько процентов от общего роста дохода компании приходится на результат программ обучения персонала. Но, тем не менее, ученые в сфере HR-менеджмента разработали несколько методов, помогающих в той или иной степени оценить эффективность программ обучения.

Важной составляющей проведения кадрового аудита на предприятии является аудит кадровой документации. Как уже упоминалось в параграфе 2.2. данной диссертационной работы, многие кадровые и консалтинговые компании понимают под кадровым аудитом, в первую очередь, именно проверку кадрового документооборота.

Важность проведения аудита кадровой документации обусловлена тем, что она подвергается регулярной проверке Инспекции по труду, и в случае недобросовестного ведения кадрового делопроизводства к компании могут быть применены определенные санкции и штрафы.

После проведения данной проверки, по плану должен проводиться аудит деятельности кадровых служб. Это систематический, четко формализованный процесс, направленный на измерение издержек и выгод, связанных с программами кадровой деятельности и для соотнесения их результатов с итогами деятельности предприятия в прошлом, с итогами других предприятий и с целями предприятия. Цель данного аудита – оценка издержек и выгод, связанных с программами кадровой деятельности в соотнесении с итогами деятельности организации в прошлом, с итогами других организаций и с целями организации.

Одним из критериев оценки деятельности кадровой службы в организации служит показатель затрат на персонал. Затраты на персонал – это интегральный показатель, объединяющий расходы предприятия, понесенные на каждом этапе системы управления персоналом: на этапах привлечения и планирования персонала, нормирования, организации и оплаты труда, деловой оценки, адаптации и планировании карьеры работников, на этапе обучения и продвижения сотрудников, при высвобождении и решении социальных проблем коллектива.

Для оценки функционального эффекта, полученного в результате реализации системы мер по управлению персоналом был разработан ряд показателей, к которым относятся изменение численности персонала ($\Delta Ч$), изменение квалификации работников (Кквал), текучесть персонала (Кт), изменение выработки одного работника (В), количество работников, прошедших обучение (Коб), динамика потерь рабочего времени (Прв) и процент задолженности по заработной плате (Зп). Формулы расчета вышеперечисленных показателей представлены ниже.

$$\Delta Ч = Ч_1 - Ч_0 \text{ и } I_{\text{ч}} = (Ч_1/Ч_0) * 100,$$

Где $I_{\text{ч}}$ – индекс изменения численности;

$\Delta Ч$ – изменение численности персонала;

$Ч_1$ – численность персонала после реализации мер;

$Ч_0$ – численность персонала до реализации мер.

$$\text{Кквал} = (Ч_{\text{п}}/Ч_{\text{ср}})_1 - (Ч_{\text{п}}/Ч_{\text{ср}})_0,$$

где $Ч_{\text{п}}$ – численность персонала определенной квалификационной группы;

$Ч_{\text{ср}}$ – среднесписочная численность персонала;

0 и 1 – индексы, соответствующие значениям показателей после и до проведения изменений.

$$K_T = Y / Ч_{\text{ср}},$$

где Y – количество уволенных работников.

$$B = V_{\text{пр}} / Ч_{\text{ср}},$$

где $V_{\text{пр}}$ – объем производства продукции.

$$K_{\text{об}} = Ч_{\text{об1}} - Ч_{\text{об0}},$$

$$\text{Прв} = \text{ФРВ}_{\text{пл}} - \text{ФРВ}_{\text{факт}},$$

где ФРВ – фонд рабочего времени (плановый и фактический).

$$З_{\text{п}} = (З_{\text{нач}} - З_{\text{выпл}}) / З_{\text{нач}},$$

где $З_{\text{нач}}$ = начисленная зарплата;

$З_{\text{выпл}}$ = фактически выплаченная зарплата [2].

Еще одним важным показателем деятельности службы по управлению персоналом организации является абсентеизм – количество самовольных невыходов работников на работу. Он рассчитывается как отношение рабочего времени, пропущенного сотрудниками в течение отчетного периода к общему балансу рабочего времени организации за этот период.

В рамках кадрового аудита оценку деятельности отдела по управлению персоналом также целесообразно проводить с применением метода КРІ (Key Performance Indicator). Суть метода управления при помощи КРІ заключается в построении «дерева целей» (иначе – «нормативов»), тесно связанных с бизнес-задачами компании (или отдельного подразделения) и отслеживание выполнения каждого норматива. Метод позволяет контролировать ключевые параметры в заданном коридоре, своевременно находить критические точки и узкие места в работе подразделений или организации в целом.

При построении системы КРІ для подразделения по управлению персоналом необходимо руководствоваться следующим принципом: «Набор показателей, по которым оценивается руководитель службы, должен быть максимально близок к набору ключевых задач подразделения (то есть – полностью совпадать с перечнем задач подразделения, отраженным в положении об отделе)». При этом необходимо исходить из стратегических целей компании через бизнес-задачи в целом, конкретизируя их до уровня задач подразделения.

Основной целью службы по управлению персоналом является эффективное использование труда сотрудников организации. При построении КРІ можно ориентироваться на следующие показатели: рентабельность, производительность персонала, укомплектованность кадрами, число прошедших обучение, трудоемкость, состояние и структура кадрового подразделения, трудовая и исполнительная дисциплина, текучесть кадров.

Для эффективного внедрения системы КРІ в кадровой службе необходимо учитывать, что успех внедрения зависит от общего уровня управленческой культуры (если этот уровень низкий, то внедрение может затянуться или быть осуществленным лишь формально) и система показателей должна быть всесторонне продуманной для того, чтобы улучшение одних показателей не было возможно за счет ухудшения других.

При оценке работы подразделения по управлению персоналом необходимо рассчитать некоторые показатели экономической эффективности деятельности сотрудников. К основным из данных показателей относятся производительность труда, рентабельность персонала и трудоемкость.

Производительность труда — мера эффективности труда. Производительность труда измеряется количеством продукции, выпущенной работником за какое-то время. Обратная величина — трудоёмкость — измеряется количеством времени, затрачиваемым на единицу продукции.

$$P_{fact} = \frac{Q_{fact}}{t_{fact}}$$

где Q_{fact} — фактический выпуск продукции в единицах измерения данного вида продукции,

t — фактические затраты живого труда в единицах времени.

Рентабельность - это относительный показатель экономической эффективности, который комплексно отражает степень эффективности использования ресурсов предприятия. Рентабельность персонала — это отношение чистой прибыли к среднесписочной численности персонала.

$$ROL = \text{Чистая прибыль} / \text{Среднесписочная численность} * 100 \%$$

Для любого предприятия очень важна рентабельность персонала, которая показывает эффективность работы коллектива и позволяет контролировать затраты на рабочих в соответствии с количеством полученной прибыли. Чтобы избежать большого количества издержек на рабочий коллектив, пользуются оптимизацией численности персонала. Регулировать получение прибыли можно двумя путями: повышать прибыль или уменьшать затраты.

Очевидно, рентабельность персонала в условиях высококонкурентного рынка относится ко второй категории оптимизации бизнеса. Чтобы уменьшить затраты на персонал необходимо прежде всего, выявить основные потоки, приводящие к утечке денежных средств. Касательно персонала – это отчисления в фонд оплаты труда, социальные фонды, социальные пакеты и прочие. Разнообразие издержек будет колебаться в зависимости от специфики работы предприятия. Оптимизация должна учитывать, что изменение количества персонала не должно сказаться на качестве и эффективности выпускаемой продукции, но при этом затраты не должны превышать установленную величину. Кроме того, рентабельность персонала показывает низкое значение, если предприятие использует старое оборудование, выпускает невостребованную на рынке продукцию, либо продукцию низкого качества, а также если предприятие не переходит на новые более экономичные технологии. Зачастую именно отсутствие затрат на обновление технологий и оборудования понижают рентабельность персонала, поскольку в этом случае для продвижения, ремонта и обслуживания старого оборудования требуется намного больший коллектив. В то же время сокращение численности персонала

не должно сказываться на скорости, эффективности и качестве работ.

Проведение оценки в рамках кадрового аудита должно завершаться непосредственно оценкой человеческих ресурсов. К этому моменту аудитор и руководство предприятия уже имеют определенное представление о системе управления человеческими ресурсами, и в контексте проведенного анализа сможет провести эффективную оценку персонала. Оценка человеческих ресурсов в рамках кадрового аудита проводится для того, чтобы выяснить, соответствует ли квалификация сотрудника занимаемой должности; принять обоснованные и взвешенные решения по установлению для каждого сотрудника вознаграждения; разработать планы развития для ключевых специалистов и менеджеров компании; мотивировать сотрудников к организационным и профессиональным изменениям, повышению эффективности деятельности.

Понятие анализа человеческих ресурсов (АЧР) было введено и разработано Э.Флэмхольцем. Это процесс выявления, измерения и предоставления информации о человеческих ресурсах лицам, принимающим решение в организации. Основными задачами АЧР является предоставление необходимой информации, обеспечение менеджеров методами измерения стоимости человеческих ресурсов и мотивация руководителей к оптимизации человеческих ресурсов как основного актива компании. В основе предложенного метода лежит стандартная схема бухгалтерского учета основного капитала, доработанная применительно к особенностям «человеческого капитала».

Одним из важных элементов системы кадрового аудита является оценка компетенций человеческих ресурсов. Существует несколько подходов к определению понятия компетенций. Под компетенцией можно понимать основное свойство личности, которое приводит к эффективному или превосходному выполнению работы. В рамках оценки персонала компетенциями также называют формально описанные требования к личностным, профессиональным и другим качествам кандидата на поступление, сотрудника, или к группе сотрудников компании. Различие подходов к определению понятия компетенция определяет и различных подходов к классификации различных видов компетенций.

В рамках реализации предлагаемой автором методики реализации оценки персонала в кадровом аудите как один из важнейших этапов развития внутренней предпринимательской среды, помимо традиционных критериев оценки персонала, предлагаемых исследователями ранее, целесообразно внести в модель компетенций критерии оценки, отвечающие результатам проведения ВПС-анализа. В этом случае полученная информация станет основой для принятия решений по развитию внутренней среды предприятия.

Данные подходы к классификации компетенций различаются, в первую очередь, представлением объекта оценки. Классификация А.В.Козловой и О.С.Михно предполагает оценку компетенций молодого специалиста – выпускника учебного заведения. Классификация компетенций, наиболее часто применяемая кадровыми и консалтинговыми агентствами, подходит скорее к оценке личности, чем специалиста. А классификация М.Армстронга, по мнению

автора наиболее универсальна и удобна в применении как на этапе отбора и набора персонала, так и на этапе текущей оценки персонала в процессе работы. Поэтому в основу разрабатываемой модели оценки персонала по компетенциям в кадровом аудите необходимо поставить именно данную классификацию.



Рис. 3. Подходы к классификации компетенций в управлении человеческими ресурсами (УЧР)

Поведенческие компетенции определяют ожидания в отношении поведения, т.е. то, какой тип поведения необходим для получения результатов в таких областях как работа в команде, коммуникация, руководство и принятие решений. Технические компетенции определяют, что люди должны знать и уметь делать (знания и навыки) для эффективного исполнения своей роли. А NVQs и SNVQs – это компетенции, разработанные в рамках одноименных стандартов. Они подтверждают способность человека выполнять определенную работу в той или иной сфере бизнеса или производства. Стандарты NVQ основаны на реальных требованиях работодателей и отражают их практические нужды. В настоящее время квалификация NVQ применима в большинстве областей производства и коммерции.

Совокупность компетенций в рамках оценки персонала представляет собой Модель компетенций, описывающих качества, необходимые персоналу в данной компании для того, чтобы быть успешными. Можно выделить корпоративные компетенции — необходимые всем сотрудникам компании, менеджерские компетенции — необходимые руководителям компании (всем или только определённого уровня), а также специальные (специфические) компетенции, необходимые только какой-то определённой категории сотрудников (например: менеджеры по продажам).

Процесс разработки Модели компетенций включает в себя 5 основных этапов.

1. Планирование: постановка цели, описание желаемого результата и областей его применения, сроков исполнения. Нужно для того, чтобы представить руководству и линейным менеджерам объективную информацию о

предстоящем проекте.

2. Формирование проектной группы для разработки Модели компетенций. Привлечение сотрудников в состав рабочей группы позволит снизить возможное сопротивление, которое может быть вызвано чувством того, что им навязывают компетенции как новую шкалу оценки деятельности.

3. Проектирование модели компетенций. Цель этапа - собрать максимум информации о работе, которую выполняют сотрудники, чтобы выделить стандарты поведения, которые обуславливают максимальный результат.

4. Проработка уровней модели компетенций. Работа на данном этапе начинается с определения количества уровней, которые будет включать каждая из компетенций. Практика показывает, что обычно компетенции подразделяют на 3-5 уровней. Большее количество уровней усложняет использование модели при проведении оценочных мероприятий.

5. Формирование профилей компетенций под конкретные должности. Результатом проекта по созданию корпоративной модели компетенций должны стать профили компетенций, разработанные для каждой должности. В ходе этого этапа разработчики получают возможность проверить, насколько компетенции точно соответствуют всем рабочим ролям, существующим в компании.

Разработанная специалистами модель компетенции лежит в основе оценки персонала по компетенциям. Для каждой должности целесообразно индивидуально подбирать метод оценки по компетенциям, среди которых можно отдельно выделить 6 наиболее распространенных методов: Case-интервью, проектное интервью, метод «меню», STAR, PARLA, Assessment center.

Оценка персонала на современных предприятиях – это не только один из формальных элементов системы управления человеческими ресурсами, а необходимый инструмент корпоративного стратегического управления. Поэтому правильное применение современных технологий оценки, таких как оценка по компетенциям, - это необходимое условие эффективности кадрового аудита на предприятии.

К традиционным инструментам кадрового аудита относятся интервью, анкетные опросы и обзоры, анализ официальных документов, внешняя информация и эксперименты в области управления персоналом.

Таким образом, механизм проведения кадрового аудита включает такие элементы как объект и направление оценки, субъект и участники оценки, методы оценки и примерные затраты времени на проведение оценки. В Приложении 6 приведен общий механизм проведения кадрового аудита на предприятии.

По итогам проведения организационных мероприятий в рамках кадрового аудита разрабатывается итоговый документ, включающий выводы из протоколов оценки, а также комплекс рекомендаций по исправлению недочетов и совершенствованию систем управления персоналом на предприятии.

Кадровый аудит целесообразно проводить с определенной

периодичностью, чтобы менеджеры постоянно располагали актуальной информацией о кадровом составе предприятия, а также потребности в реализации процедуры кадрового аудита в следующих случаях: реорганизация компании; неэффективность штатного состава (переизбыток сотрудников); необходимость повышения управляемости филиалов или отделений предприятия; решение вопроса об инвестировании в компанию; выпуск нового продукта или услуги на рынок; возникновение вопроса о расширении производства.

Результатом кадрового аудита является специальный документ, содержащий следующую информацию:

- основные кадровые проблемы и их причины;
- план разработки программ по оптимизации затрат на управление персоналом компании.
- оценка степени соответствия существующей структуры и численности кадрового состава, стратегии предприятия;
- критические точки и зоны риска в сложившейся системе управления персоналом;
- оценка готовности персонала к реализации целей и задач организации;
- явные, скрытые и потенциальные источники угроз и рисков, связанных с персоналом;
- источники возникновения проблемных и конфликтных ситуаций;
- рекомендации по оптимизации и повышению эффективности управления человеческими ресурсами компании.

Предложенный выше механизм проведения кадрового аудита достаточно универсален и подходит к применению на предприятиях различных сфер деятельности. И тем не менее необходимо учитывать специфику каждой отрасли и требований к персоналу при реализации кадрового аудита. Механизм проведения кадрового аудита должен содержать в себе все основные составляющие процедуры кадрового аудита и быть адаптированным с учетом специфики туристской отрасли для обеспечения эффективности оценки. Кадровый аудит способствует повышению квалификации персонала посредством комплексной пошаговой оценки сильных и слабых сторон систем управления персоналом и выявления направлений совершенствования и развития как управления персоналом, так и самого персонала.

Рекомендации по итогам кадрового аудита должны быть направлены на реализацию процесса развития элементов внутренней предпринимательской среды, то есть отвечать тем целевым характеристикам, которые были сформулированы после проведения ВПС-анализа.

В общем виде схема развития внутренней предпринимательской среды на основе кадрового аудита представлена на Рисунке 4.



Рис. 4. Схема процесса развития внутренней предпринимательской среды на основе кадрового аудита

Направления и способы развития внутренней предпринимательской среды описаны в Таблице 3.

Таблица 3. Направления развития элементов внутренней предпринимательской среды

Элемент внутренней предпринимательской среды	Цели развития	Необходимая информация	Направления развития	Способы реализации
Менеджмент	Оптимизация издержек на управление организацией	Квалификация и уровень компетентности руководящего состава организации; перечень признанных управленческих ошибок; показатели экономической эффективности предприятия	Обучение и повышение квалификации высшего руководящего состава организации; применение новейших управленческих технологий.	Организация обучения высшего руководящего состава организации: программы МВА и т.п.
Персонал	Повышение показателей производительности труда ; снижение текучести кадров	Производительность труда; динамика изменения уровня текучести кадров; уровень образования и профессиональной подготовки персонала; перечень взысканий и замечаний сотрудникам со стороны руководства	Обучение и повышение квалификации персонала на всех позициях в организации; повышение мотивации персонала;	Организация эффективной системы обучения персонала; разработка и реализация системы мотивации персонала; мониторинг деятельности персонала.
Организационная структура	Оптимизация коммуникаций на предприятии	Схема организационной структуры;	Рационализация структурных взаимоотношений на	Реализация процессного подхода в организации;

		существующие в организации бизнес-процессы	предприятию; повышение эффективности бизнес-процессов в организации.	реинжиниринг бизнес-процессов.
Финансовая система	Повышение прибыли предприятия	Финансовые показатели деятельности предприятия;	Рационализации решений в рамках инвестирования средств ; совершенствование финансового планирования ;	Повышение квалификации персонала, ответственного за реализацию финансового менеджмента на предприятии
Технологии и МТБ	Повышение производительности труда за счет совершенствования технологий и МТБ	Динамика изменения производительности труда; наличие устаревших средств производства; число применяемых результатов научных исследований и современных разработок; экологические показатели и показатели безопасности труда.	Обновление МТБ ; применение современных и инновационных технологий ; соблюдение норм экологической безопасности и охраны труда .	Мониторинг функционирования МТБ; применение технологий бенчмаркинга; инвестирование в НИОКР; обновление МТБ; реализация экологического менеджмента на предприятии.

<p>Продукция</p>	<p>Увеличение продаж за счет совершенствования качества и ассортимента продукции</p>	<p>Продуктовая линейка предприятия; коэффициент брака на производстве; анализ анкет и отзывов потребителей;</p>	<p>Повышение качества производимой продукции; расширение ассортимента продукции предприятия; совершенствование ассортимента и состава продукта на основе маркетинговых исследований</p>	<p>Реализация TQM, мониторинг качества; реализация маркетинговой аналитики; обновление ассортиментной линейки.</p>
<p>Организационная культура</p>	<p>Повышение степени лояльности сотрудников к организации</p>	<p>Традиции и корпоративные мероприятия, существующие в организации; уровень абсентеизма;</p>	<p>Увеличение числа корпоративных мероприятий, предложений, традиций; повышение степени разделяемости культуры членами организации;</p>	<p>Развитие внутреннего маркетинга на предприятии; разработка и реализация новых корпоративных мероприятий.</p>

Кадровый аудит предоставит руководителям информацию, на основе которой они совместно с аудиторами и менеджерами смогут подготовить план развития элементов внутренней среды предприятия гораздо точнее и направленнее, чем они сделали бы это без применения предлагаемой методики кадрового аудита. Основным преимуществом развития внутренней предпринимательской среды на основе кадрового аудита является то, что руководитель получает информацию, с одной стороны, о состоянии элементов внутренней среды, а с другой стороны – о способностях персонала, как основного ресурса, обеспечить разработку и выполнение мероприятий по развитию. Кроме того, кадровый аудит способен дать ответы на многие вопросы о причинах тех или иных проблем с состоянием элементов внутренней предпринимательской среды.

Реализация кадрового аудита на предприятии – достаточно трудоемкий процесс, который следует оптимизировать. С этой целью автором было разработано техническое задание для корпоративных порталов, связанное с разработкой программного модуля по кадровому аудиту и развитию для автоматизации процесса и удобства сбора и хранения информации. Корпоративный портал – это автоматизированная система управления рабочей информацией, процессами и т.п. Если изначально корпоративные порталы были скорее социальной сетью предприятия, то с развитием автоматизированных систем управления они стали достаточно широко применимым инструментом, позволяющим собирать и хранить потоки информации, документы, а также предоставлять необходимые данные руководству для принятия управленческих решений. Предлагаемая автором разработка была реализована на площадке Битрикс24, поэтому суть процесса управления с помощью корпоративного портала далее будет рассмотрена на примере этого программного пакета.

В рамках работы с Битрикс24 реализованы следующие инструменты:

1. Социальная сеть (живая лента)
2. Управление задачами и проектами, отчетность
3. Бизнес-чат с голосовой и видео связью
4. Хранение и передача документов он-лайн
5. Работа с файлами на диске
6. Корпоративная почта
7. Календари
8. CRM
9. Модуль по управлению персоналом (контроль, мотивация)
10. Более 100 приложений для работы.

Таким образом, Битрикс 24 позволяет эффективно автоматизировать многие управленческие процессы.

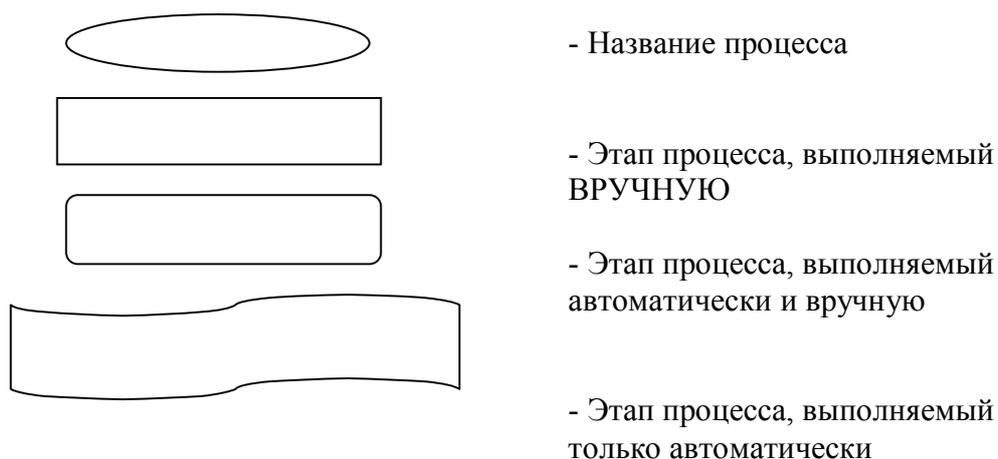
В связи с тем, что проведение кадрового аудита на предприятии требует работы с большими потоками информации, автоматизация данного

процесса сделает его значительно более удобным и быстрым, что снизит совокупные издержки на его проведение. А совмещение проведения кадрового аудита с процессами оценки и развития внутренней предпринимательской среды в данном программном приложении позволит еще больше упростить данный процесс. Руководствуясь данным тезисом, автор разработал техническое задание, а затем, совместно с программистами Битрикс 24, реализовал разработку и внедрение данного продукта.

Данная программная разработка выполняет ряд важных функций:

- автоматизация части расчетов в таблицах;
- оптимизация процессов коммуникаций в рамках проведения аудиторских и прочих мероприятий;
- обеспечение хранения информации о процессах и итогах проведения аналитики и кадрового аудита.

Схематично процесс работы в приложении «Кадровый аудит и развитие» представлен на Рисунке 5. Ниже представлены условные обозначения из блок-схемы:



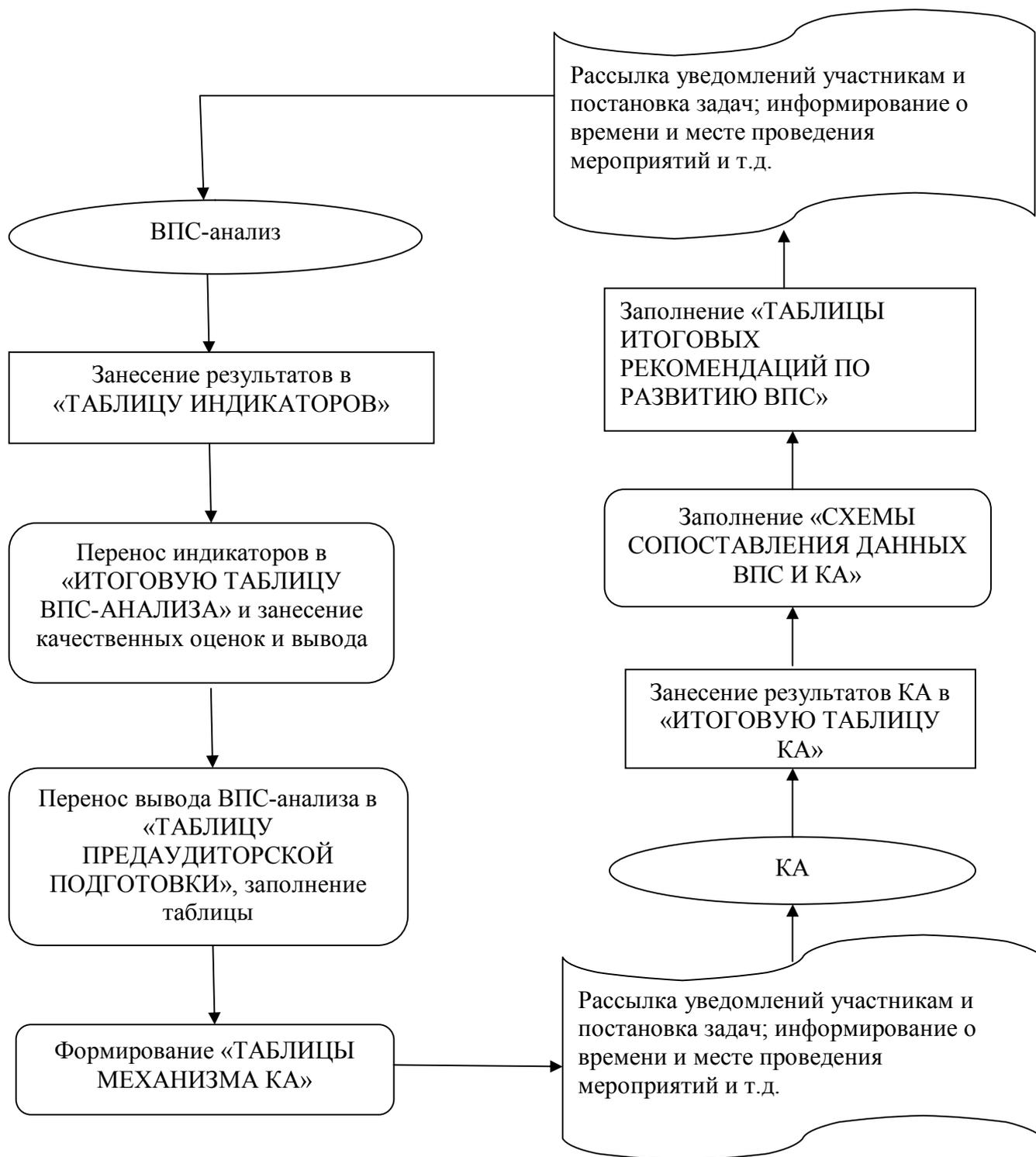


Рис. 5. Блок-схема механизма работы Приложения «Кадровый аудит и развитие» для Битрикс 24

Рекомендации по итогам кадрового аудита должны быть направлены на реализацию процесса развития элементов внутренней предпринимательской среды, то есть отвечать тем целевым характеристикам, которые были сформулированы после проведения ВПС-анализа. В современных условиях

бизнеса, когда для участников предпринимательской деятельности стало понятным, что именно персонал является важнейшим фактором устойчивого развития предприятия, именно на этот элемент внутренней предпринимательской среды следует обратить особое внимание.

Список литературы:

1. Цветкова Е.В. Методика комплексного анализа корпоративной предпринимательской среды // Современные научные исследования. Выпуск 1. - Концепт. - 2013. - ART 53453. - URL: <http://e-koncept.ru/2013/53453.htm> - ISSN 2304-120X.
2. Одегов Ю.Г., Никонова Т.В. Аудит и контроллинг персонала: Учебник, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2010. С. 193, 532-534.
3. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007. С. 142.

ГЛАВА V. МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ И ОТДЕЛЬНЫХ СТРАН[©]

1.1. Эволюция и социально-экономический смысл понятия «предпринимательство» и «бизнес». Экономический и технический потенциал национальной экономики определяет состояние бизнеса. Переход к рыночной экономике повлек за собой глубокие социально-экономические преобразования, требующие решения принципиально новых задач управления предпринимательством.

Перед отечественными хозяйствующими субъектами, вступающими в рыночные отношения, возникают проблемы, требующие научно обоснованных и апробированных эффективных решений во всех сферах предпринимательства.

В качестве научного базиса, по мнению В.В. Томилова и Е.В. Песоцкой [40], обуславливающего стратегическое развитие России в обозримой перспективе, выступает концепция развития предпринимательства как комплексной деятельности, основанной на использовании инициативы, экономической самостоятельности и инновационных возможностей бизнес-субъектов национального рынка и его территориально-отраслевых составляющих. Именно предпринимательство с его инновационно-стратегическим потенциалом может создать необходимые условия для достижения производственно-экономической стабильности, активизации инвестиционных потоков, повышения эффективности использования инвестиций и формирования реальных предпосылок для поступательного роста и качественного совершенствования социально-экономических процессов. Однако ни в России, ни за рубежом не создана общепринятая экономическая теория предпринимательства, хотя потребность в такой теории давно уже доказана практикой.

Малое предпринимательство и его роль в экономике, на протяжении нескольких столетий являются объектом исследования экономистов, в последнее время эти исследования приобрели еще и политический контекст. По мнению Симчера В.М., Соколина В.Л., Шевякова А.Ю., настала пора подведения итогов и обобщения социально-экономического развития России [33], законченной формой которой является научно-обоснованное, доказательное представление истории страны, на всех этапах ее развития по единому плану, в т.ч. и развития предпринимательства в России: Российской Империи (1800-1917 гг.), Российской Советской Федеративной

[©] *Шемятихина Л.Ю., Шипицына К.С., Уральский государственный экономический университет, Национальный центр деловых и образовательных проектов, г. Екатеринбург*

Социалистической Республики (1917-1922 гг.), СССР (1922-1991 гг.), и Российской Федерации (с 1991 г.) в виде исторических динамических рядов, построенных на основе документального обобщения цифр и фактов.

К 90-х гг. XIX в. в России сложилась индустриальная база предпринимательства и сформировался рынок рабочей силы. Предпринимательство становится массовым, наиболее представительными группами предпринимателей становятся богатые крестьяне, ремесленники и торговцы. Предприниматель формируется как собственник, хотя влияние иностранного капитала и государства остается значительным.

К началу XX в. предпринимательством в России занимается около 5 млн. чел. и действует более 1,5 тыс. акционерных компаний, финансируемых за счет частного капитала. В российской экономике более 75% промышленной продукции производилось на акционерных, паевых и других предприятиях коллективных форм предпринимательской деятельности. Особо высокие доходы предприниматели получают от вложений капитала в хлопчатобумажное производство, торговлю и кредитование.

Приобретают очертания формы и виды предпринимательства, практикуемые в настоящее время. Набирает силу семейный бизнес. Благодаря Столыпинским реформам в сельском хозяйстве созданы предпосылки крестьянского предпринимательства. Развитию торгового бизнеса способствовало появление биржевого дела, а банковское дело – становлению финансового предпринимательства. Появляются организационно-правовые формы - кооперативы, артели и товарищества. Многие факторы (форма правления, бюрократия, национальный уклад, ограниченный доступ к капиталу и средствам производства и др.) сдерживали развитие предпринимательства в России. После окончания I мировой войны и завершения двух революций, был нанесен невосполнимый урон российскому предпринимательству: принят курс на ликвидацию рыночных экономических связей, в отношении предприятий проведена национализация, экспропрированы средства производства и имущество предпринимателей.

Всеобщее огосударствление частновладельческой собственности оказалось крайне убыточным, затратным и экономически неэффективным мероприятием. Вполне прогнозируемым при революционной смене хозяина массовый спад производства компенсировался развязыванием агрессивной пропагандистской кампании по формированию негативного образа хозяйственного врага Советской власти [47] - «грязного, злобного, бешеного корыстного денежного мешка» [29].

Российский предпринимательский дух, формировавшийся веками, закаленный социально-экономическими и политическими потрясениями, и основанный на идеологии собственности, «протестовал» локальными бунтами против раздаточной психологии. Распределенный социализм, не гарантировал сохранения хотя бы дореволюционного уровня жизни ни одному слою населения. Приспособляемость частных производителей и торговцев к любым условиям существования тормозила ликвидацию и выведение рыночных структур из системы экономических отношений. В конечном счете, частично

сохранившееся свободное предпринимательство и торговля стали основанием для становления и проведения в период 1921-1926 гг. новой экономической политики (НЭП), и чтобы не допустить социальной революции правительство идет на незначительное оживление в сфере предпринимательской деятельности.

Последующему классовому развенчанию и забвению подлежало все, что прямо или косвенно соотносилось с предпринимательством: свободное передвижение товаров и капиталов, себестоимость, конкуренции и т.п. на первый план вышла мифологизация исконной предрасположенности человека к бестоварно-распределительной системе хозяйствования. Таким образом, негативное отношение к частной собственности и антикапиталистическая идеология, последовавшие репрессии приводят к полному свертыванию предпринимательства к концу 1920-х гг.

В 1965 г. в ходе первой советской экономической реформы произошло минимальное раскрепощение товарно-денежных отношений, но прошла четверть века, чтобы российское предпринимательство получило официальные права.

Запретительно-разрешительное отношение к рынку, удержание открытой торговли в строго заданных рамках постепенно перерождалось в мало поддающееся государственному контролю расширение сферы нелегальных товарно-денежных отношений и создало основу «теневой экономики».

И лишь в 1990-е гг. XX в. начинается реанимация предпринимательства, и позднее в России постсоветского периода предпринимательство не зарождалось, а возрождалось [20]. Таким образом, предпринимательство как процесс организации товаров и услуг для удовлетворения постоянно возобновляющегося спроса и получения прибыли, а также как функция управления этим процессом имеет свою теорию и динамику развития [3]. Кроме практики, социально-экономический смысл понятия «предпринимательство» конкретизировался в процессе развития экономической науки.

Теоретические и эмпирические экономические исследования в отношении предпринимательства массово описаны в современной литературе, поэтому не будем дублировать их в тексте. Подтвердим лишь тот факт, что наибольший вклад в формирование «предпринимательство» как социально-экономической категории внесен такими экономистами, как: Катильон Р. («Очерк о природе торговли вообще», 1755); Кенэ Ф. («Экономическая таблица», 1758); Тюрбо А. («Размышления о создании и распределении богатств», 1766); Смит А. («Исследование о природе и причинах богатства народов», 1776); Сэй Ж.-Б. («Трактат политической экономии, или Простое изложение способа, которым образуются, распределяются и потребляются богатства», 1803); Вебер М. («История коммерческих партнёрств в Средневековье», 1889, «Общая экономическая история», 1924); Шумпетер Й. «О математическом методе в теоретической экономике», 1906, «Сущность и основное содержание теоретической национальной экономики», 1908, «Теория экономического развития», 1911); Мизес Л. («Социализм: экономический и социологический анализ», 1922, 1932, 1951), «Человеческая деятельность: трактат по экономической теории», 1948); Зомбарт В. («Будущее капитализма», 1932);

Хайек Ф. («Использование знаний в обществе», 1945, «Пагубная самонадеянность», 1988); Кирцнер И. («Экономическая точка зрения», 1960, «Конкуренция и предпринимательство», 1973); Холл Р. («Организации: структуры, процессы и результаты», 1972); Шумахер Ф. («Красота малого: исследования экономики и ее значения для человека», 1973); Друкера П. («Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы», 1984) и др. Указанные ученые в рамках собственных экономических школ выделили и описали сущность предпринимательства и его основные характеристики как неотъемлемые части экономической системы: потребность в ресурсах, самостоятельность и мотивы предпринимателя, ответственность, риск, неопределенность, динамичность, инновационность и активный поиск решений.

Эволюция терминологической, содержательной сущности предпринимательства связана с историей становления обмена, производства и распределения товаров и услуг, развитием научно-технического прогресса. Так, в источниках по римскому праву предпринимательство определялось как «занятие, дело, особенно коммерческое».

В традиционном укладе добуржуазных обществ предпринимательство и составляющие предприимчивости считались маргинальными, а базовыми качествами с позиции христианских ценностей считались стабильность и постоянство. Осмысление предпринимательства как новой формы хозяйственной деятельности определило потребность в ее обозначении.

В современной отечественной литературе «предпринимательство» и «бизнес» используются как синонимы, несмотря на то, что ученые-экономисты определяют данные понятия с различных позиций. В монографических исследованиях и учебных изданиях «предпринимательство рассматривается традиционно с двух сторон: как явление и как процесс.

Наиболее универсальным и общим является следующее определение: бизнес – система знаний и конкретных видов деятельности, направленных на выпуск товаров, обладающих полезными свойствами для потребителей. Существуют и другие точки зрения, определяющие бизнес как «инициативную, самостоятельную экономическую деятельность, осуществляемую за счет собственных или заемных средств на свой риск и под имущественную ответственность, ставящую главными целями получение прибыли и развитие собственного дела [22].

В нормативно-правовых документах современной России дано определение сущности предпринимательства как особого вида экономической деятельности, направленной главным образом на систематическое получение прибыли и не содержит трактовки понятия «бизнес»: «каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности», Конституция РФ (ст. 34) [17]; «предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке», Гражданский кодекс РФ (ч. 1,

ст. 23) [8].

По мнению Агеева А.И., «с философской точки зрения предпринимательство может быть охарактеризовано как особый настрой души, как форма деловой романтики, как средство реализации человеком присущих ему потенций». В профессиональном смысле «предпринимательство» рассматривается «как умение организовать собственный бизнес и достаточно успешно осуществлять функции, связанные с ведением собственного дела» [1], что позволяет утверждать, что разномыслие в толковании содержания термина «предпринимательство» свидетельствует не только о неоднозначности экономической, социальной, финансовой роли предпринимательской деятельности в рыночной экономике, но и общепоткрытости предпринимательства как системы хозяйствования.

Вызывает интерес позиция Бусыгина А.В. о сущностных понятиях предпринимательства, под которым понимается стремление и действия к самостоятельному ведению деловой активности по практической реализации конкретной деловой идеи на определенных формализованных началах, в т.ч. мыслительный процесс, реализуемый в форме делового проектирования.

По мнению Горфинкеля В.Я., «бизнес – экономическая деятельность субъекта в условиях рыночной экономики, направленная на получение прибыли путем создания и реализации определенной продукции или услуги», а «предпринимательская деятельность – деятельность коммерческих организаций, связанная с вложением средств в целях получения прибыли на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой» [24].

Лапуста М.Г. определяет «предпринимательство как явление», которое отражает всю совокупность отношений (экономических, социальных, организационных, личностных и др.), связанных с организацией предпринимателями своего дела, производством товаров (выполнением работ, оказанием услуг) и получением желаемого результата в виде прибыли (дохода). Предпринимательство как явление отражает всю систему отношений (финансовых, экономических, социальных), которые объективно возникают у предпринимателей (как хозяйствующих субъектов) друг с другом, с потребителями, поставщиками всех факторов производства (сырья материалов, топлива, энергии и т.п.), с банками и другими субъектами рынка, с наемными работниками (сотрудниками), и, наконец, с государством в лице соответствующих органов исполнительной власти, а также с органами власти субъектов РФ и местного самоуправления [21].

В западной экономической литературе более четкое соотношение понятий «бизнес» и «предпринимательство». В английском языке [32] введены понятия «business», которое переводится как «дело, занятие, профессия, коммерческая деятельность», и, соответственно, «businessman» (бизнесмен), а также понятия «entrepreneurship» (предпринимательство) и «entrepreneur» (сленговое выражение в отношении предпринимательства), «entrepreneur» (предприниматель). А под «предпринимательством» понимается «принятие на себя риска при управлении какой-либо компанией, обычно предпринимателем малого бизнеса», в то же время, учитывая особый характер его деятельности, это

не просто стремление к получению максимальной прибыли, а экономическое творчество.

По мнению американского ученого Ронстадта Р., предпринимательство – это динамичный процесс наращивания богатства. Богатство создается теми, кто больше всех рискует своими деньгами, имуществом, карьерой, не жалеет времени на создание собственного дела, предлагает покупателям новый товар или услугу. Этот товар или услуга не обязательно должны быть чем-то совершенно новым; главное, чтобы предприниматель сумел придать им новые качества, увеличить их ценность, затратив на это необходимые силы и средства.

В свою очередь, американские профессора Хизрич Р. и Питерс М. дают определение предпринимательства, которое охватывает все типы предпринимательского поведения: «Предпринимательство – это процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс, приносящий денежный доход и личное удовлетворение достигнутым» [48].

По мнению Друкера П., предпринимательство [9] – это управленческий инновационный процесс, являющийся реакцией на изменение технологии. В качестве глобальной задачи выдвигает идею формирования предпринимательского общества, в котором инновационность и предпринимательство были бы устойчивым, нормальным и необходимым явлением. Друкер П., как и другие авторы, подчеркивает активный, инновационный характер предпринимателя, который в условиях рыночного несовершенства и неопределенности результатов экономического действия создает новые рыночные возможности (новые комбинации факторов производства), а не просто приспосабливается к рынку.

Такой взгляд на предпринимательство восходит к теории Шумпетера Й., который считал, что функциональная роль предпринимателя заключается в «осуществлении новых комбинаций» факторов производства, то есть получении чего-то нового, отличного от предыдущего. Это может быть изготовление нового продукта, внедрение новых технологий, освоение нового рынка сбыта, новых источников сырья и т.п. По выражению Шумпетера Й., задачей предпринимателя является «созидательное разрушение» - предприниматель ломает прежние формы производства и организации жизни общества и созидает новые, является революционером в экономике [50]. Особенностью такого взгляда на предпринимателя и предпринимательство является также то, что функция предпринимательства отделена от функции собственности на капитал, то есть предприниматель – это не обязательно собственник капитала. Именно теория Шумпетера Й., рассматривающая предпринимателя как новатора, сегодня является базовой при определении сущности предпринимательства в западной экономической науке.

Таким образом, понятия «бизнес» и «предпринимательство» используются в большинстве отечественных экономических исследований как синонимы, в западной же традиции эти понятия разведены. Так, «предпринимательство» - это особый, творческий характер экономической деятельности, а под «бизнес» –

система отношений, возникающих в связи с предпринимательством, направленная на получение прибыли. Именно, этого подхода и будут придерживаться авторы пособия.

1.2. Состояние малого и среднего предпринимательства за рубежом и формы поддержки. Программы поддержки и стимулирования малых и средних предприятий разрабатываются федеральными и региональными органами власти путем формирования синергетического эффекта от использования различных механизмов государственного регулирования, в том числе на основе использования статистических данных, формируемых с помощью инструментов управленческого учета [13, 38]. Это связано с тем, что в современных условиях малый и средний бизнес (МСБ) превращается в основной источник обеспечения устойчивого развития национальной экономики.

Каждая национальная экономика имеет собственный подход к формированию инфраструктуры и выборе форм поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП). Обратимся к тенденциям развития и поддержки МСП в отдельных мировых экономиках и сравним с российской практикой.

Малые предприятия всегда занимали доминирующее положение в экономике, несмотря на происходившие процессы концентрации производства и его укрупнения. Свидетельством являются статистические данные развития предпринимательства в ведущих европейских экономиках (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Группировка предприятий по размерам, 1902-1907 гг. [15]

Страна	Число предприятий		Число занятых	
	Абс.	% от общего кол-ва	Абс.	% от общего кол-ва
Малые предприятия				
Австрия, 1902 г.	913472	94,2	1552065	46,8
Швейцария, 1905 г.	176618	92,7	285985	39,9
Франция, 1906 г.	531958	87,4	916441	24,9
Германия, 1907 г.	1822234	90,0	3166734	29,1
Средние предприятия				
Австрия, 1902 г.	53392	5,5	840354	25,4
Швейцария, 1905 г.	12177	6,4	16744	23,3
Франция, 1906 г.	72209	11,9	1291348	35,1
Германия, 1907 г.	176103	8,7	2526135	23,2
Крупные предприятия				
Австрия, 1902 г.	3140	0,3	920877	27,8
Швейцария, 1905 г.	1819	1,0	264052	36,8
Франция, 1906 г.	4485	0,7	1471999	40,0
Германия, 1907 г.	27205	1,3	5180831	47,6

Таким образом, МСП являлось и является базисом экономической стабильности общества, и их развитие существенно улучшает ситуацию с занятостью населения. В начале XX в. большую часть предприятий (80-90%) в Германии, Франции, Австрии, Швейцарии составляли малые предприятия, хотя

наибольшее количество работников работало на крупных предприятиях. В среднем, на малом предприятии было занято не более 2 чел., на среднем – 14 чел., на крупном – 190 чел. За последующие десятилетия ситуация мало изменилась.

В 2014 г. в развитых странах малые предприятия составляют около 70-90% общего числа предприятий (например, США в этом секторе работает 53% работоспособного населения, в Японии – 71,7%, а в странах ЕС – 50%). При этом половина малых предприятий (а в Финляндии – более 80%) работают в сфере торговли и услуг [45].

Наиболее эффективной по отношению к развитию и поддержке малого и среднего предпринимательства остается политика *Германии* [36], целью которой является создание и поддержка большого количества производительных, динамично развивающихся малых и средних хозяйственных структур. В Германии наряду с 5800 крупными предприятиями к 1995-2000 гг. существовало более 3,3 млн. малых и средних предприятий индивидуальных предпринимателей (ИП). Они составляли 99% налогоплательщиков и обеспечивали более 70% рабочих мест, обучали около 80% молодых специалистов и давали 45% поступлений налога с оборота, осуществляли 30% немецкого экспорта. В 1999 г. эти предприятия получили 46% валовых инвестиций и обеспечивали 57% ВВП Германии.

Малые и средние предприятия имеют отличительные количественные особенности: малые – до 9 чел. работающих, средние – от 10 до 499 чел. 65-70% выпускников учреждений предпочитают начинать трудовую деятельность на малых и средних фирмах.

В ФРГ один из главных инструментов государственной поддержки МСП – стимулирование микрофинансирования малого бизнеса. Для этого создана финансовая группа KfW Group, 80% которой принадлежит государству [54], кредитующая на льготных условиях около 2,9 млн. малых предприятий, предоставляя: низкие ставки по кредитам, среднесрочные и долгосрочные кредиты (максимум – 10 лет), освобождение от выплат по кредиту в первые 2 года, возможность долгосрочного возвращения кредита, возможность долевого финансирования и т.д. [11]. Преимущество немецких государственных программ заключается в единых правилах получения кредитов и стандартизованные прозрачные процедуры кредитования МСП. Обращение для получения кредита принимают частные коммерческие банки, которые заключают с KfW-группой договор о рефинансировании кредитов, в соответствии с которым обязуются возратить предоставленные им средства. Далее государственный банк переводит деньги коммерческим банкам, а те, в свою очередь, предоставляют кредиты МСП, при этом последующие выплаты предпринимателей перечисляются государственному банку. Не допускается финансирование направлений: конверсия долгов, дополнительные вливания в ранее профинансированные проекты, восстановление ликвидности предприятий.

В Германии налоговые льготы включают три разновидности: специальные нормы амортизационных отчислений, создание резервов необлагаемой налогом

прибыли и инвестиционные надбавки, выплачиваемые налоговыми ведомствами. Предприятия, которые самостоятельно организуют подготовку и переподготовку своих работников, пользуются налоговыми льготами: сокращение взносов на социальное страхование варьируется от 50% общей суммы обязательных выплат до полного освобождения. Специальным решением в кризисные годы налог на прибыль был снижен с 39% до 30%, уменьшены отчисления в фонды соцстрахования (обязательный взнос по безработице уменьшился с 6,5% до 3,3%).

Приоритетным для Германии также является поддержка инновационного малого бизнеса, которая предполагает стимулирование технологического трансферта и консультационную деятельность. В инфраструктуру такой поддержки включены 16 высших учебных заведений технического профиля.

Решения в сфере поддержки МСП входят в компетенцию органов власти на уровне федерации, федеральных земель, городских и земельных округов, общин. Часть функций по поддержке МСП передана специализированным банкам, осуществляющим программы по поддержке в федеральном масштабе, а также саморегулирующим организациям (СРО) частного бизнеса, например, торгово-промышленным палатам.

Малые и средние предприятия являются наиболее динамичным сектором экономики *Бельгии*, их значение постоянно возрастает, вместе с тем, они сталкиваются с рядом проблем. Малые и средние предприятия – 99% от общего числа предприятий, зарегистрированных в Бельгии. Доля занятых на малых и средних предприятиях достигает 55% доля сектора в производстве ВВП составляет 46%. В бельгийском законодательстве существует несколько определений сектора малого и среднего бизнеса, различающихся в зависимости от территории. Общим остается ограничение на число работающих – не более 50 чел. для малых фирм и не более 250 чел. – для средних.

Для улучшения ситуации экономисты разработали план, состоящий из 50 предложений по 8 направлениям, который решает задачи: облегчить налоговую нагрузку для малых и средних фирм, упростить административные процедуры при образовании предприятий, изменить социальный статус независимых предпринимателей, облегчить доступ к рисковому капиталу.

В *Великобритании* на долю малого предпринимательства в 2005 г. приходилось 21% товарооборота и 36% рабочей силы страны. Каждый восьмой совершеннолетний гражданин страны занят индивидуальным бизнесом. На долю малого предпринимательства приходится около 50% прироста новых рабочих мест.

Малые фирмы функционируют во всех отраслях английской экономики, но особую роль они играют в наукоемких и высокотехнологичных отраслях (электронике, биотехнологии, химии, приборостроении), где малое предпринимательство Великобритании значительно опережает другие европейские страны.

В Великобритании отсутствует единое определение малого и среднего предпринимательства. В большинстве случаев к нему относят предприятия с числом работающих не более 250 чел.

Основные формы поддержки и стимулирования развития малого предпринимательства реализуются через бюджетно-налоговую и кредитную политики государства. К мерам общего характера относятся: установление для малых фирм пониженных ставок налогов, отложенная оплата счетов, составление баланса для расчета налога на добавленную стоимость только после оплаты своих счетов, эффективная система скидок при уплате просроченных ссуд, льготы при взимании местного налога на имущество.

По «Программе гарантирования кредитов» 70-80% кредитов, предоставляемых банками малому предпринимательству, гарантируемых правительством.

Активное участие в развитии малого и среднего предпринимательства принимают крупные предприятия, практикующие командирование на них своих квалифицированных менеджеров и специалистов на двухгодичный срок.

Еще в 1980-е гг. получила развитие интеграция малых предприятий в структуру крупных компаний, в т.ч. система франчайзинга. Развитию связей способствуют ведущие английские банки. Национальный совет экономического развития подготовил специализированный каталог малых предприятий, с помощью которого крупные компании могут выбирать потенциальных партнеров. Также создан и функционирует специальный центр, способствующий контактам и бизнес-отношениям между крупными и малыми предприятиями.

Большое внимание уделяется программам подготовки предпринимателей. На базе университетов и колледжей, региональных центрах управления и частных консалтинговых фирмах действуют курсы для «малого бизнеса» продолжительностью обучения 6-10 недель.

В *Финляндии* на долю МСП приходится более 90% зарегистрированных предприятий страны. Суммарный годовой оборот МСП Финляндии составляет 52% от общего оборота компаний, а доля в производстве ВВП – 50%. На них занято 50% работающих, и ежегодно с их помощью создается до 60% новых рабочих мест. Доля МСП в финском экспорте составляет 17% и растет быстрее, чем у крупных компаний [7].

Государственную поддержку МСП в Финляндии осуществляет полностью государственное ОАО «Финнвера» [53], которое предоставляет предпринимателям кредиты с повышенным риском [27]. «Финнвера» выступает как соинвестор, разрабатывая схему многоканального финансирования для каждого предприятия в отдельности на основе анализа его хозяйственной деятельности.

Анализируя финский опыт поддержки МСП, авторы обращают внимание на территориальную дифференцированность и адресность государственной поддержки: Финляндия условно разделена на три «зоны развития» (assisted area) и размер субсидий для МСП напрямую зависит от зоны местонахождения предприятия. Помимо этого, Финляндия усиленно привлекает инвесторов в сектор МСП, для чего на законодательном уровне были сняты ограничения на получение кредитов и выбор организационно-правовой формы для иностранных граждан, желающих организовать свой малый бизнес в Финляндии.

В экономике *Испании* преобладают малые и средние фирмы: более 1 млн. предприятий (на 98% предприятий число работающих не превышает 100 чел.). Распространенной формой остаются индивидуальные и семейные предприятия. К МСП в Испании относят: число работающих на малом предприятии – не более 50 чел., для среднего – не более 250 чел. Доля участия в капитале других предприятий не должна превышать 35%.

В системе исполнительных органов общенационального уровня Испании разработка и реализация государственной политики по поддержке МСП возложена на Министерство промышленности и энергетики. Основные формы поддержки предполагают: помощь в диагностике малых предприятий, подготовку предпринимателей, кооперирование со средним и крупным бизнесом, адаптацию к нормам и требованиям ЕС. Координацию этой деятельности осуществляет автономная организация - Институт малых и средних промышленных предприятий (ИМПИ), который также анализирует применение форм поддержки и готовит предложения по их совершенствованию.

За обеспечение государственной научно-технической политики Испании и участие в ней малых предприятий отвечает Центр развития промышленных технологий (CDTI). Его задачи: отбор, финансирование и контроль за реализацией прикладных исследований и НИОКР, координация действий в рамках Национального плана развития науки и техники. Центр оказывает финансовую поддержку малым предприятиям, которые выступают заказчиками необходимых им НИОКР в научных организациях и финансируют их на договорной основе или проводят работы собственными ресурсами.

В экономике *Италии* заметную роль МСП стало играть с 1950-х гг. В отличие от большинства капиталистических стран Европы в Италии аграрная структура экономики, в которой малые и средние предприятия действовали всегда. В Италии имеется определение МСП по численности занятых в нем: микропредприятие – не более 19 чел. работающих, малое предприятие – от 20 до 99 чел., среднее (малое) – от 100 до 199 чел., среднее (большое) – от 200 до 499 чел.

В современной практике функционирует общенациональная система кредитования МСП, осуществляемая «Mediokredito Centrale» и Министерством промышленности Италии. Льготное кредитование проводится государственными учреждениями среднесрочного кредита на условиях льготного процента – на сумму до 40% предполагаемых затрат. Срок кредитования установлен в 15 лет для новых инициатив и 10 лет для модернизации и расширения действующего бизнеса. При этом процентные ставки обычно составляют 36-60% от рыночных в зависимости от объема инвестиций.

Еще в 1991 г. правительством Италии принят закон о мерах по содействию модернизации и развитию мелких предприятий, что активизировало финансирование научных исследований на малых предприятиях, способствовало технической модернизации, повышению качества подготовки кадров, созданию систем контроля качества продукции, поддержке малых фирм на внешних рынках.

Во Франции малые и средние предприятия составляют 99,9% общего количества экономических субъектов, производящих более 50% добавленной стоимости, осуществляющих до 50% инвестиций и концентрирующих почти 2/3 занятых. Во Франции отсутствует официальное определение МСП. К категории микрофирм принято относить предприятия с числом работающих до 9 чел., к малым и средним – от 10 до 499 чел. В Уставе Всеобщей конфедерации МСП уточнено, что малое (среднее) предприятие – это такое предприятие, в котором сам собственник независимо от юридического статуса фирмы несет личную и прямую ответственность за ее финансовое, техническое, социальное и коммерческое развитие.

Роль МСП для экономики Франции многогранна. Малые и средние предприятия проникают в самые труднодоступные территории, способствуя занятости и обеспечению жизнедеятельности населения. МСП позволяют также разрабатывать сырьевые ресурсы в ограниченных количествах, необходимые для удовлетворения местных специфических потребностей, с наименьшими издержками. Кроме того, они предоставляют крупным предприятиям определенный набор услуг и полуфабрикатов, или производят конечную продукцию на условиях субподряда. Стратегии крупных предприятий ведут одновременно и к развитию МСП, и к хозяйственному подъему.

Государственная поддержка МСП осуществляется через плановые контракты регионального и местного уровня «Государство – регион», в которых внимание уделяется привлечению предпринимателей к решению хозяйственных проблем и стимулированием переезда малых и средних фирм в провинцию.

Малые и средние предприятия могут претендовать на более чем 1500 видов поддержки. Финансовая помощь организуется на национальном уровне, затем транслируется на региональном. Финансирование и проведение операций с МСП является задачей Банка кредитования малого и среднего бизнеса. Еще в 1996 г. был создан Банк развития малых и средних предприятий. Депозитно-консигнационная касса (КДК), является основным финансовым источником, поддерживающая проекты и программы для МСП общенациональной значимости за государственный счет.

Во Франции на начальном этапе (2 года) малые предприятия освобождаются от местных налогов, от взносов в фонды социального обеспечения, снижаются и другие налоги для предпринимателей, если их предприятия работают в депрессивных зонах. Далее в течение третьего года уплачивается 25% обычной ставки налогов, четвертого – 50%, пятого – 75%.

Рассмотренные европейские практики связаны с политикой ЕС в отношении МСП, которая базируется на вертикальном и горизонтальном подходах к решению проблем его создания и функционирования. Вертикальный подход выражается в непосредственных мероприятиях, ориентированных исключительно на малые и средние предприятия, которые проводятся под руководством Генерального директората Еврокомиссии (политика в отношении предпринимательства, коммерции, туризма и социальной экономической деятельности) в сотрудничестве с Европейским парламентом, Экономическим и социальным советом, представительскими организациями малых и средних

предприятий в органах ЕС и другими службами. Горизонтальный подход базируется на защите интересов МСП в сфере деятельности ЕС: исследования и технические разработки, региональная политика, международные отношения и т.д.

Учитывая значение МСП для экономической структуры ЕС и интеграции экономики внутри в отношении менее развитых членов ЕС, при поддержке предпринимательства оптимально сочетаются две линии: макроэкономическая (общеполитическая) и микроэкономическая (предпринимательская). Главными целями надгосударственного регулирования и поддержки МСП со стороны ЕС являются: укрепление единого внутреннего рынка, интернационализация предпринимательской деятельности на уровне предприятий, устранение административных барьеров и создание единого экономического пространства в ЕС путем унификации законодательной базы по малому предпринимательству.

Национальная политика в странах ЕС ориентирована на предоставление лучших условий для бизнес-деятельности, увеличения конкурентоспособности и роста бизнеса. При этом наблюдается уход от «тяжелой» поддержке в форме дотаций и займов и переход к «мягкой» поддержке в форме консультационных услуг.

Таким образом, в ЕС проводится активное регулирование деятельности МСП и оказывается широкое содействие его развитию с использованием форм и методов, учитывающих потребности европейской интеграции.

Несмотря на уязвимость и низкую норму выживаемости, малые предприятия обладают адаптивностью при вхождении на новые рынки. В США в 1960 г. было около 5 млн. малых и средних фирм (в среднем – до 5 работающих на каждом предприятии), в 1970 г. – 10 млн., в 1980 г. – 14 млн., а к 1990 г. – около 20 млн. В начале 1990-х гг. в США экономисты ставят под сомнение доминирующее положение крупных предприятий. Малое предпринимательство занимает ведущее место в национальной экономике (99,9% в общем количестве хозяйствующих единиц США): 40% доля в ВВП, свыше 50% всех инвестиций, 2/3 занятых от совокупной рабочей силы.

Во вступлении Закона США о малом бизнесе указано, что «сущность американской экономической системы частного предпринимательства заключается в свободной конкуренции. Только полная и свободная конкуренция может освободить рынки, освободить вхождение в бизнес и возможности для выражения и роста личной инициативы и обеспечения личного суждения. Такая ситуация не может быть достигнута, если имеющиеся и потенциальные возможности малого бизнеса не поощряются и не развиваются».

Экономическая помощь малому предпринимательству в США со стороны государства оказывается на 3 уровнях: 1 уровень – федеральный (Администрация малого бизнеса – Small Business Administration, SBA); 2 уровень – Правительства Штатов; 3 уровень – муниципальный.

Администрация малого бизнеса (создана в 1953 г. как самостоятельное агентство федерального правительства с собственным финансированием) имеет целью поддержку и защиту малого предпринимательства. SBA проводит градацию предприятий по количеству занятых на них и по объему годовой

выручки. В соответствии с этим к малым относят предприятия с численностью занятых от 1 до 100 чел., к средним – от 100 до 500 чел. Объем годовой выручки для малого и среднего предпринимательства имеет отраслевую дифференциацию.

SBA осуществляет ежегодно более 50 программ, постоянно обновляющихся и рассчитанных на достижение конкретной цели, сегмент действия, условия участия и предпринимателей.

Наиболее крупными являются программы поддержки деловой активности женщин и представителей национальных меньшинств, оказания юридических услуг, оказания помощи в научно-исследовательской работе, развития экспортно-ориентированных производств и другие. Самые популярные программы – «7а» и «504» [37]. Программа «7а» заключается в предоставлении гарантии займов коммерческих банков. Кредиты предоставляются частными банками и другими финансовыми учреждениями, которые получают от правительства США в лице SBA гарантию их возврата в размере до 90% суммы займа. Срок займа устанавливается в зависимости от целей получения кредита и возможностей малого предприятия. При финансировании оборотного капитала этот срок установлен от 5 до 10 лет. При финансировании расширения основного капитала срок установлен в пределах до 20 лет. Программа «504» предназначена для помощи предпринимателям в расширении и модернизации своего бизнеса через предоставление долгосрочных кредитов с гарантией под 40% займа (максимальная сумма кредита – 1 млн. долл.). Кредитование экспортных операций МСП проводят Центры содействия экспорту на базе SBA и Министерства торговли США.

Большое значение в SBA уделяется информационной поддержке и обучению предпринимателей, находящихся в компетенции специальных групп – SCORE (Counselors to America's Small Business), имеющих почти 500 филиалов и штат из 10000 бывших и нынешних руководителей и владельцев МСП [49].

В 42 штатах осуществляются специальные программы предоставления кредитов малому предпринимательству, в 32 штатах – займов для покупки или аренды служебных помещений и в 22 штатах – гарантий займов. Большинство штатов предоставляют целые пакеты помощи малым фирмам. «Инкубаторы бизнеса» действуют в 29 штатах. Органы управления штатов и крупных городов предлагают преференциальные программы, рассчитанные на вовлечение малого бизнеса в государственные программы производства товаров и оказания услуг населению. Преференции часто применяются к фирмам, владельцами которых являются представители национальных меньшинств или женщины. Не менее значительна в развитии малого бизнеса роль муниципальных структур. Проводятся активно программы размещения закупок среди малого и среднего предпринимательства, особенно в оборонной промышленности, где значительное число государственных заказов для предпринимательства. В 1994 г. принят Закон о гарантии займов конверсионных малых и средних предприятий, который дает возможность малым фирмам получить государственные гарантии по займам на сумму до 100 млн. долларов.

В США малые и средние предприятия производят почти 30% всей экспортируемой продукции. Федеральное финансирование их экспортной деятельности осуществляется в рамках программы «City/ State program» Экспортно-импортного банка США, в которой участвуют 29 штатов.

В США на федеральном уровне, помимо ставки корпорационного налога в размере 34% при доходе более 75 тыс. долл., для налогообложения субъектов МСП применяют еще две, более низкие ставки, – в размере 15% при доходе до 50 тыс. долл., и 25% при доходе до 75 тыс. долл. Кроме того, для малых предприятий с объемом продаж менее 200 тыс. долл. предусмотрены дополнительные вычеты сумм дохода для целей исчисления налога на прибыль [58]. Помимо этого, в США, как и в Европе, широко распространена практика предоставления так называемого «бонуса первого года», например, налоговые льготы зачастую достигают до 50%, причем государство самостоятельно погашает около 90% кредитов, полученных малым предприятиями в коммерческих банках [25].

В современной экономической реалии *Канады* малому предпринимательству отведено одно из важнейших мест. Интенсификация усилий по развитию малого предпринимательства со стороны государства пришлась на 1980-2000 гг., когда ориентация на крупные предприятия как носителей экономического и научно-технического прогресса сменилась пониманием возможностей малых предприятий, интересом к возрождению культуры предпринимательства.

К началу 1990-х гг. в Канаде насчитывалось 885 тыс. фирм, из которых 99% составляли малые предприятия. Малыми считаются в Канаде предприятия с числом занятых не более 100 чел. и с годовым оборотом не выше 2 млн. долларов. На малых фирмах работают 37% занятых, а в отраслях первичной обработки, строительстве, сфере услуг, торговле до 80% всех занятых.

Развитие малого предпринимательства в Канаде значительно облегчается помощью, которую ему оказывают федеральные структуры. Финансовая помощь предоставляется Федеральным банком развития бизнеса (ФБРБ) в форме займов и их гарантий, а также услуг менеджмента, консультаций, обучения, информации. Для малых предприятий сохраняется низкая ставка федерального налога на прибыль: 15% против 36% для остальных фирм. Провинциальный налог на прибыль для малых предприятий ниже в 2 раза, чем для остальных экономических субъектов.

На федеральном уровне принята Программа помощи научным исследованиям малым фирмам, действующим в промышленности, с целью повышения национальной и международной конкурентоспособности. Размер предоставляемой помощи – от 15 до 350 тыс. канадских долларов сроком на 36 месяцев.

На региональном уровне, в каждой провинции Канады (в городском и микротерриториальном срезе), имеются свои особенности деятельности малых предприятий и оказания им поддержки.

Опыт азиатских стран по развитию и поддержке МСП целесообразно начать с анализа его значения для экономики *Японии*. В 1993 г. на долю малых и

средних предприятий приходилось 99,2% от общего числа национальных предприятий, на которых трудилось 80,6% всех занятых и они обеспечивали 51,6% общего объема продаж в обрабатывающей промышленности и 80,4% - в розничной торговле. В соответствии с законодательством о МСП к их числу отнесены предприятия с максимальными показателями уставного капитала и численности работников: в промышленности, на транспорте и в строительстве – 100 млн. иен и 300 чел.; в оптовой торговле – 30 млн. иен и 100 чел.; в розничной торговле – и сфере услуг – 10 млн. иен и 50 чел. Кроме того, выделяется категория микропредприятий с численностью работников в промышленности – не более 20 чел., торговле и сфере услуг – не более 5 чел.

Основой успеха японской экономики является сотрудничество государства и предпринимательства, которое началось с 1940-х гг. и ознаменовалось созданием Управления по мелким и средним предприятиям. В настоящее время в Японии создана развитая и эффективная инфраструктура поддержки малого и среднего бизнеса. Важнейшим элементом инфраструктуры государственной поддержки МСП в развитых странах является представление информационного обслуживания. Позитивным является опыт по созданию общенациональной системы поддержки предпринимательства. Элементы системы, взаимодействия через независимую Организацию поддержки малого предпринимательства и инновационного развития регионов Японии (Organization for SME and Regional Innovation of Japan) составляют государственную инфраструктуру поддержки малого предпринимательства страны [55]. В процессе ее функционирования мониторинг состояния МСП страны, комплексные исследования, анализ и оценка эффективности мер государственного регулирования осуществляются с помощью информационной системы J-Net21, основанной на краудсорсинговых технологиях, которая является эффективным инструментом построения обратной связи государства и предпринимательского сообщества [34].

Развитие малых хозяйственных форм в развивающихся странах связано со следующими факторами: позитивный опыт создания малых и средних предприятий, и демонстрационный эффект Запада; демографические процессы в развивающихся странах, обостряющие проблему занятости и обеспечения дохода основных слоев населения; осознание неадекватности стратегии индустриализации в имитационном варианте; урбанизация. Малое предпринимательство исторически присуще развивающимся странам, и индустриализация позволила им на основе изменения структуры мировой экономики, создать дополнительный базис для развития. С 1990-х гг. типичным явлением глобализации стало использование транснациональными компаниями (ТНК) малых форм предпринимательства в развивающихся странах для расширения производственных и сбытовых сетей, и как следствие, международное разделение труда.

Экономическая реформа в *Китае* способствовала быстрому росту индивидуального и частного предпринимательства («единоличные дворы»), хотя они рассматриваются как вспомогательные по отношению к государственному предпринимательству. К 1997 г. зарегистрировано 28 млн. единоличных дворов, на которых занято 62 млн. чел. (9% от численности

экономически активного населения страны). Фонды зарегистрированных дворов превысили 590 млрд. юаней (3,5% общей суммы капитала государственных и коллективных предприятий). Инвестиции в основные фонды дворов за 1980-1996 гг. 1789 млрд. юаней (15,4%). Доля в валовой продукции промышленности составила 15,5%, в розничном товарообороте – 32%.

В Китае, начиная с 2005 г., количество занятого городского трудового населения на предприятиях малого и среднего бизнеса возросло до 75%. До 80% современной продукции Китая производится малыми предприятиями, а доля малого бизнеса в общем объеме экспорта составляет более 60% [52]. Основным государственным органами поддержки малых предприятий в Китае выступает специализированное агентство – Китайский центр по координации и кооперации бизнеса – ССВСС [57], обеспечивающий создание необходимой инфраструктуры для технологического сотрудничества между национальными и зарубежными организациями в сфере поддержки предпринимательства. В его функции входит: исследование проблем малого бизнеса; сбор информации и разработка политики в сфере малого бизнеса; создание комплексной системы оказания услуг для малого бизнеса; организация торговых ярмарок, выставок и помощь в проведении деловых переговоров; обучение и консультирование бизнеса.

Поддержкой МСП занимается также Государственный фонд развития малых и средних предприятий, полностью финансируемый государством, главной задачей которого является защита законных доходов малых и средних предприятий от посягательств любых лиц и организаций, а также отстаивание прав малого бизнеса во всех сферах (льготные кредиты, налоги и т.д.). Как и в других странах, в Китае созданы и активно совершенствуются государственные фонды содействия развитию МСП. Их основная задача – обеспечение гарантийных обязательств и залогового обеспечения предприятиям малого бизнеса для возможности получения банковских кредитов для бизнеса [16]. Кроме того, финансовая поддержка малого и среднего предпринимательства осуществляется и из региональных бюджетов. Так, администрация южно-китайской провинции Гуандун с 2003 по 2009 гг. инвестировала более 5 млрд. юаней (602,41 млн. долл. США) в технологическую реструктуризацию МСП, благодаря чему ежегодный прирост инвестиций малых и средних предприятий в основной капитал составил 24% [39].

В 2001 г. Правительством страны при поддержке Национальной комиссии по развитию и реформированию (The National Development and Reform Commission) была запущена государственная некоммерческая информационная служба Китая – China SME Online – CSMEO, которая обслуживает все регионы страны. Сайт этой службы представляет 58 основных рубрик и 180 тематических разделов, содержащих до 1000 различных сообщений, ежедневно осуществляется более 200 тыс. посещений. Информационная сеть предоставляет оперативную информацию об изменениях в законодательстве, о результатах маркетинга местных и

зарубежных рынков, публикует общую информацию о состоянии национального рынка МСП, о потребностях в трудовых ресурсах для малых предприятий в различных регионах и т.п. [19].

Правительство Китая признает необходимость поддержки и развития всех форм частного предпринимательства путем совершенствования правового механизма, обеспечивающего равные условия конкуренции между предприятиями различных секторов, осуществления контроля за их деятельностью и поступлением доходов. В перспективе без изменения главенствующей роли общенародной формы собственности доля частного сектора в ВВП может вырасти до 30%, а доля индивидуального сектора и смешанных предприятий с участием иностранного капитала – до 10%.

Для экономической модели *Тайваня* является характерным доминирование малых и средних предприятий. На их долю приходится 98% общего числа фирм, охватывающих 78% трудоспособных граждан. К 2000 г. на долю МСП приходится около 1/3 объема продаж и около 1/5 части экспорта страны. Величина доходов, полученных бюджетом страны от налога на добавленную стоимость составляла 44%. На Тайване в МСП относят разные по размерам фирмы в зависимости от отрасли: в промышленности и строительстве – менее 200 чел. и уставной фонд до 60 млн. долларов; в других отраслях – менее 50 чел. и с годовым объемом продаж менее 80 млн. долларов. Среди форм поддержки: специальные подготовительные курсы для предпринимателей; информационные базы данных о рынках и конкуренции, технологиях и их прибыльности; строительство коммуникационной и транспортной инфраструктур и другие.

В 2000 г. на Тайване действует 48 бизнес-инкубаторов, объединяющих более 300 малых и средних предприятий, специализирующихся на IT, биотехнологиях, электронике и т.д.

По оценке ОЭСР, на долю всех малых и средних предприятий в мире приходится 10-20% всех новинок при удельном весе в расходах на нововведения – 4-5%. Крупные предприятия используют около 50% сделанных ими изобретений, тогда как малые предприятия – более 70%.

Вследствие конкурентной борьбы между малыми предприятиями повышается качество произведенной продукции и оказанных услуг, что положительно влияет на потребительскую лояльность, т.к. предприниматели находятся ближе к потребителю, чем другие экономические субъекты.

Приоритеты государственного управления большинства европейских стран и США связаны с активной политикой поддержки, стимулирования и защиты МСП в розничном секторе торговли.

Таким образом, зарубежная государственная политика по развитию малого и среднего предпринимательства отличается креативной разработкой комплексных и быстро меняющихся программ государственной поддержки и стимулирования МСП, что делает её эффективной.

В большинстве стран МСП законодательно определен в качестве особого субъекта государственного регулирования со следующими количественными критериями (табл. 1.2) [12]:

Страна	Максимальная численность занятого населения на предприятии, чел.	Объем выручки
США	микропредприятия – до 20 малые предприятия – от 21 до 100 средние предприятия – от 101 до 500	до 3,5 – 14,5 млн. долл.
Страны ЕС	микропредприятия – до 10 малые предприятия – от 11 до 50 средние предприятия – от 51 до 250	до 427 млн. евро
Япония	промышленность, строительство – до 300 оптовая торговля – до 100 розничная торговля и индустрия услуг – до 50	Нет ограничений

В целом, масштабы развития МСП в отдельных экономиках (кон. XX – нач. XXI вв.) выглядят следующим образом (табл. 1.3):

Страна	Доля МСП в общем количестве хозяйствующих субъектов, %	Доля МСП в ВВП, %	Доля МСП в объеме инвестиций, %	Занято в секторе МСП, %	Доля МСП в объеме экспорта, %	количество МСП на 1000 жителей, ед.
Бельгия	99,0	46,0		55,0		
Великобритания	75,8	53,0		36,0-49,0		46,0
Венгрия	99,0	50,0		65,0	20,0	80,0
Германия	99,0	57,0	46,0	70,0	30,0	37,0
Индия	70,0-85,0					
Испания	98,0					
Италия	84,0			73,0		16,3
Канада	99,0			37,0-80,0		
Киргизия	38,3		76,0			
Китай			15,4	9,0		
Корея				61,0		
США	99,9	48,0	50,0	65,0	30,0	74,2
Тайвань	98,0			78,0	20,0	
Узбекистан		12,6				
Франция	99,9		50,0	65,0		35,0
Эстония	98,6					
Япония	99,2			80,6		50,0

Несмотря на пристальное внимание к сфере МСП и его приоритетное выделение для национальных экономик, развитие малых и средних предприятий диагностируется не в полном объеме (отсутствует единый набор показателей),

поэтому часть информации в приведенной таблице отсутствует.

Гарантийная поддержка МСП в зарубежных странах характеризуется следующими особенностями: 1) высокая доля гарантийной поддержки МСП в ВВП (1,2% для стран Восточной Европы и Азии и 0,2% для стран Западной Европы) и в объеме кредитования МСП (4,2% для стран Восточной Европы и Азии и 2% для стран Западной Европы), в объеме выдач кредитов МСП (4,1% для стран Восточной и Западной Европы). При этом значимый уровень гарантийной поддержки МСП в ВВП для стран Восточной Европы и Азии составляет не менее 0,5% (в России по итогам 2013 г. - 0,1% в ВВП и 1% в объеме кредитования МСП); 2) развитый рынок финансирования МСП банковским сектором (доля кредитного портфеля МСП в ВВП в странах Восточной Европы и Азии достигает 25%, в России - на уровне 12%) и высокая доля инвестиционных кредитов в портфеле МСП (76% и 48% в странах Западной Европы и странах Восточной Европы и Азии соответственно против 26% в России); 3) относительно низкая стоимость финансирования МСП (разница между ставками для субъектов МСП и крупных предприятий находится в диапазоне от 0,7 п. п. в странах Восточной Европы до 1,7 п. п. в странах Западной Европы, в России - 2,6 п. п.).

Для субъектов экономических отношений в сфере МСП за рубежом актуальны направления государственной поддержки:

1) законодательное сдерживание экспансии крупных торговых сетей на локальных рынках путем ввода ограничений площади магазинов и запрета продаж в убыток. Одна из распространенных технологий – выдача контролирующих разрешений на открытие магазинов, чья торговая площадь не должна превышать установленный пороговый уровень. Например, во Франции, начиная с 1973 г. был принят ряд законов, ограничивающих открытие магазинов площадью более 300 кв.м [59, 60]. Подобные требования используются в Австрии (пороговый уровень – 800 кв.м), Бельгии (400 кв.м), Дании (1000 кв.м), Финляндии (2000 кв.м), Германии (800 кв.м), Венгрии (3000 кв. м), Италии (1500 кв. м), Польше (2000 кв. м), Португалии (500 кв.м) и Испании (2500 кв.м) [51, 56, 61]. В России для сравнения отсутствуют аналогичные ограничения, поскольку большинство мегаполисов старается увеличить показатель обеспеченности населения объектами торговли за счет строительства крупных сетевых магазинов, вытесняя с местного рынка малый бизнес;

2) усиление координационного взаимодействия всех элементов инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса, создание централизованного органа по развитию МСП на федеральном уровне с территориальными отделениями в каждом регионе для повышения эффективности реализации действующих государственных программ, расширение пакета финансовых услуг, предоставляемых малому предпринимательству на всех этапах его функционирования государственными кредитными организациями;

3) разработка и запуск федеральной системы комплексного информационного обслуживания малого предпринимательства с целью мониторинга и анализа эффективности государственной политики в области

поддержки и стимулирования МСП;

4) налоговая политика в отношении МСП. Мировая тенденция заключается в уменьшении налоговой нагрузки на МСП через формирование эффективной системы налогообложения, целостное налоговое законодательство и налоговые льготы, что является одной из предпосылок их успешного развития малого предпринимательства за рубежом;

5) разработка модели и инструментов управления кредитными гарантиями для поддержки МСП в целях расширения доступа к дешевым финансовым ресурсам, риск-менеджмента возврата денежных средств, стимулирования эффективных экспортно-импортных операций МСП.

Основой экономического роста является предпринимательская деятельность человека, осуществляемая по собственной инициативе и под собственную ответственность. Таким образом, опыт Северной Америки, Европы и ряда азиатских стран по реализации комплексных программ поддержки и стимулирования малого предпринимательства может быть адаптирован и использован для развития МСП в России, т.к. без адекватной государственной и региональной политики, по поддержке и обеспечению доступа к ресурсам (финансовым, правовым, материально-техническим, информационным, человеческим, научно-технологическим) МСП развиваться не сможет.

1.3. Характеристика и тенденции развития современного предпринимательства в России. Мировая практика доказывает, что наиболее эффективно начинать и развивать предпринимательскую деятельность в рамках малого и среднего предпринимательства, которое имеет преимущества над средним и крупным: незначительную инвестиционную нагрузку для начала деятельности; упрощенную схему организации; простые модели управления; адаптивность к экономическим кризисным явлениям; мобильность при перепрофилировании с учетом изменений потребительского спроса.

Малое предпринимательство – это субъект рыночной экономики, социально-экономический институт, обладающий специфическими национальными традициями и нормами предпринимательского поведения, психологического уклада индивидуумов, осуществляющих предпринимательскую деятельность на принципах повышенного риска, инновационности и инициативности. Оно характеризуется низкой степенью самостоятельности и базируется на многоуровневой государственной и негосударственной поддержке. Менеджмент в малом предпринимательстве предрасположен к образованию неформальных отношений, связей и структур. Кроме того, малое предпринимательство отличается объемными показателями спецификой маркетинга, инновационных и производственных процессов, обладает ограниченной численностью занятых человек, валовой выручки и прибыли, стоимости основных фондов и размера уставного капитала.

Приведем сравнительную характеристику малого и крупного предпринимательства (табл. 1.4.) [46]:

Тождества		Отличия	
количественные	качественные	количественные	качественные
1. Минимальное количество участников, учредителей в зависимости от организационно-правовой формы 2. Минимальный размер уставного капитала 3. Размер налогов, сборов, государственных пошлин. 4. Размеры штрафов, пеней, платежей 5. % и сроки кредитования и инвестирования	1. Субъекты рыночной экономики, социально-экономические институты. 2. Коммерческие цели – получение прибыли 3. Формы организации (организационно-правовые формы)	1. Максимальная средняя численность работников 2. Структура и размер уставного капитала 3. Валовая выручка 4. Стоимость активов	1. Менеджмент, организационные структуры, маркетинг 2. Инновации 3. Производственные процессы 4. Организационные условия развития

В соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» [42] для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей установлены следующие объемные критерии отнесения к субъектам МСП (табл. 1.5):

Максимальная численность занятого населения на предприятии, чел.	Объем выручки
индивидуальный предприниматель	-
микропредприятия – до 15	до 60 млн. руб.
малые предприятия – до 100	до 400 млн. руб.
средние предприятия – от 101 до 250	до 1000 млн. руб.

В ст. 4 Закона № 209-ФЗ установлено ограничение по доле участия в уставном капитале субъектов малого и среднего предпринимательства – юридических лиц отдельных категорий (так называемый критерий «независимости происхождения»). Согласно положениям указанной статьи к субъектам МСП относятся юридические лица, в уставном капитале которых суммарная доля участия РФ, субъектов РФ, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) не должна превышать 25% (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных

фондов), также доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами МСП, не должна превышать 25%.

Указанное ограничение до 01.10.2013 распространялось также и на иностранных граждан – предприятия, учрежденные иностранными гражданами, при их соответствии пороговым значениям по количеству работников и размеру годового оборота приобретают статус субъекта МСП и соответствующие возможности по участию в государственных программах поддержки МСП, получению иных законодательно установленных преференций. Предполагается, что расширение возможностей для участия иностранных граждан в уставном капитале субъекта МСП сформирует новую основу для взаимовыгодного сотрудничества и интеграции российских и зарубежных компаний, позволит создать новые технологические цепочки и привлечь зарубежные инвестиции, и положительно отразится на повышении качества предоставляемых услуг.

Согласно Федерального закона от 29.06.2015 № 156-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» изменены критерии малых и средних предприятий.

Реализация инвестиционных или инновационных проектов предполагает учреждение совместных предприятий либо вложение ресурсов в уставный (складочный) капитал действующих предприятий. В то же время при превышении требования к структуре уставного (складочного) капитала такие предприятия теряют статус субъекта МСП и, следовательно, не могут пользоваться предусмотренными в отношении субъектов МСП преференциями, а также принимать участие в реализуемых программах поддержки.

В соответствии с рекомендациями Комиссии Европейского союза от 06.05.2003, касающимися общеевропейских критериев отнесения хозяйствующих субъектов к субъектам МСП, ограничения по структуре капитала не распространяются на случаи участия в капитале МСП иностранных юридических лиц. В этой связи принятым законом увеличивается порог участия иностранных юридических лиц, а также российских юридических лиц, не являющихся субъектами МСП, в уставном (складочном) капитале субъектов МСП с 25% до 49%; статусом субъекта МСП наделяются организации, получившие статус участников проекта по осуществлению исследований, разработок и коммерциализации их результатов в соответствии с Федеральным законом от 28.09.2010 № 335-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково», вне зависимости от доли участия в уставном (складочном) капитале таких организаций иных юридических лиц (как иностранных, так и российских), а также юридические лица, доля участия в уставном (складочном) капитале которых включена в состав общего имущества инвестиционного товарищества, образованного в соответствии с Федеральным законом от 28.11.2011 № 335-ФЗ «Об инвестиционном товариществе», вне зависимости от размера указанной доли.

Также законом предусматривается создание Федеральной корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства в целях координации

оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства.

Исторический подход к анализу закономерностей развития МСП предполагает соотношение с крупными сдвигами в производительных силах, вызвавших изменения в производственных и бизнес-отношениях. В том числе при описании мировых тенденций развития малого предпринимательства используют теорию больших циклов конъюнктуры Н.Д. Кондратьева [14].

На первом этапе (1873-1929 гг.) вектор развития малого и среднего предпринимательства выражался в вытеснении из хозяйства монополиями при сохранении общих предпосылок мелкомасштабного производства. Малые предприятия смогли приспособиться к конкуренции с крупным предпринимательством и уже на этом этапе функционировали в рамках субподрядной системы.

Второй этап (1929-1974 гг.) – научно-техническая революция привела к многократному расширению ассортимента и дифференциации продукции. Изменения в технике и технологии способствовали повышению эффективности деятельности малых предприятий, специализирующихся на узких рынках сбыта и ориентирующихся на постоянное обновление номенклатуры продукции. Информатизация, появление новых видов деловых и научно-технических услуг, формирование венчурного капитала, появление лизинга, открытием научно-технологических парков и т.п. – все это способствовали развитию малого инновационного бизнеса.

Мировой экономический кризис 1974-1975 гг. создал дополнительные возможности для малого предпринимательства, переведя его из придатка крупного предпринимательства в партнера. Причинами такого положения стала трансформация экономики и переход от количественных (объемных) показателей деятельности бизнеса к качественным, характеризующим продукт, услугу, инновацию. Жесткие бюрократические структуры индустриальных крупных предприятий оказались неспособными реагировать на изменения конъюнктуры и потребительского спроса по сравнению с гибкостью малых предприятий.

Следующей причиной развития малого предпринимательства стал переворот в производительных силах, связанный с развитием индустрии информации и созданием информационного комплекса для менеджмента и производства. Появилась техника, пригодная для размеров малого предприятия, микропроцессоры, миниоборудование, мини ЭВМ и другое. Определились границы отраслей, в которых особую роль стали играть малые и средние предприятия, - биотехнология, аквакультура, энергосбережение и энергоэффективность и др.

Третьей причиной увеличения количества малых предприятий стало изменение психологии потребителя и его ориентация на сферу услуг, переход от удовлетворения потребностей в товарах и услугах массового характера к товарам и услугам с индивидуальными свойствами. Дополнительные возможности малое и среднее предпринимательство получило за счет небольших размеров, отсутствия бюрократических структур управления, максимального использования человеческого потенциала.

Третий этап (1975 – 1989 гг.) связан с выделением двух направлений развития малого предпринимательства: 1) расширение сфер деятельности малых предприятий, прямо или косвенно связанных с крупным предпринимательством; 2) рост юридически и экономически независимых малых фирм, конкурирующих с крупными и друг другом на рынке.

Теория больших циклов конъюнктуры открывает новые возможности для понимания роли малого предпринимательства как генератора и транслятора научно-технической идей и практических инновационных решений. Периоды экономических спадов оказывают различное влияние на крупный и малый бизнес. В условиях падения потребительского спроса, снижения нормы прибыли крупное предпринимательство делает ставку на стратегии ограниченного роста или сокращения, а «рисковое» поведение малого предпринимательства является часто единственным фактором выживания и сохранения потребителей.

Малое предпринимательство в России отстает от мирового уровня, т.к. не отвечает требованиям и возможностям современного российского общества.

Четвертый этап (1990 г. – наст. время) - развитие современного предпринимательства в России носит скачкообразный характер и сопровождается определенными трудностями. Среди позитивных изменений отмечаем: рост числа предприятий и организаций в негосударственном секторе, повышение эффективности МСП; растет инновационная активность предпринимателей; формируется рыночный менталитет малого и среднего предпринимательства.

Развитие рыночной экономики и предпринимательства в России осуществлялось параллельно по следующим основным направлениям: создание бирж и банков; акционирование крупных предприятий; развитие малого и среднего предпринимательства, появление малых предприятий (МП).

По данным экономико-социологического исследования, проведенного Восточноевропейским консультационным центром (Германии) и Торгово-промышленной палатой России в 1999 г., общее число предприятий-участников хозяйственной деятельности выросло в России с 1989 г. более чем в 5 раз и составило в 1999 г. около двух миллионов. По мнению специалистов, рост произошел за счет малых предприятий частной формы собственности. За время экономических реформ их было создано более миллиона.

В развитии предпринимательской деятельности в России можно выделить три этапа: кооперативное движение; создание малых предприятий; создание обществ с ограниченной ответственностью и акционерных обществ. Первый этап начался в 1986 г. с принятия закона «О кооперации», которым ввел новый вид экономической деятельности – предпринимательскую, и дал возможность создания негосударственных предприятий. Кооперативное движение развивалось весьма интенсивно на фоне экономического кризиса и сокращения персонала государственных предприятий, так доля кооперативов в ВВП увеличилась с 0,7% (1988 г.) до 6,7% (1990 г.). В эти два года кооперативы создавались на основе аренды и путем автономизации отдельных подразделений и служб государственных предприятий в самостоятельные экономические

субъекты. Кооперативное предпринимательство тормозило инициативу отдельной личности в создании частных предприятий.

Последние ограничения в развитии предпринимательства были ликвидированы Постановлением Совета Министров СССР о мерах по созданию и развитию малых предприятий в 1990 г. [28], которое разрешило использование надомного труда и предоставляло ряд льгот.

Отправным пунктом развития современного МСП можно считать принятие Указа Президента РФ от 30.11.1992 № 1485 «Об организационных мерах по развитию малого и среднего бизнеса в РФ».

К началу 1996 г. в национальной экономике насчитывалось 877,3 тыс. МП (44,8 % - в сфере торговли; 14,7% - в промышленности; 16,6% - в строительстве и 5,6% - в сфере науки и научном обслуживании).

Экономический кризис 1998 г. практически остановил развитие предпринимательства в России. По данным Госкомитета РФ по статистике от 30% до 50% малых предприятий закрыло свою деятельность и было ликвидировано. Кризис обострил проблемы предпринимательства: фактически отсутствие экономической свободы; налоговый «пресс»; поборы и ограничения на уровне органов местного самоуправления; затягивание процессов принятия решения о государственной регистрации и других, связанных с развитием МСП. Несмотря на это, объективные потребности общества и экономики позволили сохранить предпринимательскую практику активным хозяйствующим субъектам, что в позволило создать условия для развития предпринимательства в России.

По оценке Госкомстата России, количество малых предприятий (МП) к началу 1999 г. составляло более 900 тыс. Из общего числа МП 11% действовало в сфере торговли и общественного питания, 27% специализировались на выпуске промышленной продукции и выполнении строительных подрядных работ, 10% предприятий занимались научной и коммерческой деятельностью по обеспечению функционированию рынка (посреднические услуги при купле-продаже товаров, ценных бумаг и валюты, маркетинговые, рекламные и аудиторские услуги), остальные – в сельском хозяйстве, на транспорте, в ЖКХ.

Государство планировало сделать МСП массовым за счет упрощения налогообложения и лицензирования отдельных видов деятельности, их участия в государственных закупках, развития лизинговых отношений, создания инновационных центров и бизнес-инкубаторов, центров деловой информации и правовой экономической безопасности. По планируемым результатам реализации Федеральной целевой программы поддержки малого предпринимательства к 2000 г. предполагалось довести число МП до 1 млн. и увеличить количество работающих до 3 млн. чел., а долю в ВВП довести до 25%. Вместо этого число МП уменьшилось до 845 тыс., при этом количество работающих в них выросло до 12 млн. чел., а доля малого предпринимательства в ВВП равнялась 12%.

Как свидетельствуют данные табл. 1.6, с 2000 по 2009 гг. количество малых предприятий заметно возросло – увеличение почти в 2 раза, при этом за последний год на 250 тыс. единиц или 18,9% [23]:

Современная экономика: анализ состояния и перспективы развития

Показатели	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Средний прирост, %
Численность МП, тыс. ед.	879,3	843,0	882,3	893,0	953,1	979,3	1032,8	1137,4	1347,7	1602,5	6,90
Численность МП в расчете на 10000 чел. населения, ед.	60	58	61	62	66	69	73	80	95	113	7,29
Средняя численность работников, тыс. чел.	6596,8	6483,5	7220,3	7458,9	7815,1	8045,2	8582,8	9239,2	10436,9	10247,5	5,02
Средняя численность внешних совместителей, тыс. чел.	617,4	607,0	502,9	546,9	608,6	630,4	656,5	640,2	690,5	669,0	0,90
Средняя численность работников, привлеченных по гражданско-правовым договорам, тыс. чел.	406,9	345,3	252,9	249,0	243,5	258,1	229,3	277,9	284,7	276,4	-4,21
Оборот МП, млрд. руб.	613,7	852,7	1160,8	1686,0	2229,6	9612,6	1209,2	1546,9	1872,6	1687,3	44,52
Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.	29,8	43,5	51,0	67,3	99,2	120,5	171,3	259,1	472,3	346,1	31,32

Средний прирост за анализируемый период составлял почти 7%.

Позитивная динамика в росте количества МП отмечается с 2003 г. вступлением в действие с 01.07.2002 Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» [41] и сопутствующих нормативно-правовых актов, упростивших процедуру регистрации бизнеса. Однако специалисты считают, что «принцип одного окна», введенный законом привел к появлению фирм - «однодневок». Численность занятых в МСП также увеличилась, так, с 2000 по 2009 г. численность основного персонала на малых предприятиях выросла с 6596 тыс. чел. до 10247,5 тыс. чел. более чем на 3,65 млн. чел. (55,3%). При этом средний темп прироста составлял 5%. Однако к 2009 г. наблюдается снижение

показателя на 190 тыс. чел., обусловлено сокращением масштабов деятельности в период экономического кризиса и увеличением налоговой нагрузки на малые предприятия.

В 2000-2004 гг. устойчиво рос выпуск продукции, работ и услуг, предоставляемых МП: с 613,7 млрд. руб. до 2229,6 млрд. руб. более чем в 3,6 раза.

В связи с изменением методологии статистического обследования вместо показателя «объем продукции, работ, услуг» стал использоваться показатель «оборота малых предприятий». В 2005-2008 гг. оборот МП постепенно увеличивается: с 9612,6 млрд. руб. до 18727,6 млрд. руб. на 9115 млрд. руб. или почти в 2 раза. В 2009 г. произошло снижение показателя до 16873,1 млрд. руб. (10%), что объясняется неблагоприятной экономической конъюнктурой.

В указанный период начинают расти инвестиции в основной капитал: 2000-2008 гг. с 29,8 млрд. руб. до 472,3 млрд. руб. (в 16 раз). В 2009 г. показатель снизился на 126,2 млрд. руб. (26,7%). Несмотря на это, отметим повышение инвестиционной активности малых предприятий в целом и в некапиталоемких отраслях.

Обобщающим показателем, характеризующим развитие МСП, является удельный вес малых предприятий в ВВП: 2009 г. – 17% (5% прирост за 9 лет), что свидетельствует о том, что система поддержки этих экономических субъектов не демонстрирует высокую эффективность.

Данные табл. 1.7 показывают, что отраслевая структура малого предпринимательства за 2000-2009 гг. мало изменилась:

Виды деятельности	2005	2006	2007	2008	2009
Всего, их них:	979,3	1032,8	1137,4	1347,7	1602,5
сельское хозяйство и охота	26,8	28,9	29,4	35,3	55,1
рыбоводство и рыболовство	2,2	2,4	2,5	2,8	3,2
добывающая промышленность	3,6	4,1	4,5	5,2	5,7
обрабатывающая промышленность	120,0	123,4	128,6	144,5	165,3
коммунальное хозяйство	2,9	4,1	4,9	6,9	9,1
строительство	109,3	117,1	130,7	160,2	193,7
торговля и бытовое обслуживание (ремонт)	448,8	464,6	510,6	571,9	658,3
гостиничный и ресторанный бизнес	19,9	20,8	29,7	34,4	42,2
транспорт и связь	44,3	50,3	57,3	73,4	93,9
деятельность, связанная с недвижимым имуществом	151,9	163,3	181,3	236,0	288,6

Виды деятельности	2005	2006	2007	2008	2009
образование	2,7	2,7	2,7	3,6	4,5
здравоохранение и социальные услуги	10,5	10,8	11,6	15,5	19,0
Прочие услуги	36,1	40,0	43,3	33,5	38,6

Первое место за период 2005-2009 гг. принадлежит торговле и бытовому обслуживанию (ремонт), где функционировало свыше 40% от количества малых предприятий (увеличение с 448,8 тыс. ед. до 658 тыс. ед. на 210 тыс. ед. или на 46,7%). Торговая деятельность и сфера услуг являются ведущими для малых предприятий, которые характеризуются незначительными потребностями в финансовых, трудовых, материально-технических и других ресурсах и более высокой отдачей на инвестиции. Кроме того, сфера услуг в условиях рыночной экономики оказалась неразвитой «нишей», которая не считалась привлекательной при «социалистическом хозяйстве» [10].

Далее по числу выбираемых видов деятельности малым предпринимательством следуют: деятельность по операциям с недвижимостью, обрабатывающие производства, строительство.

Численность малых предприятий, осуществляющих операции с недвижимостью увеличилась: в 2005 г. с 151,9 тыс. ед. (15,5% в общем количестве), 2006 г. - 163,3 тыс. ед., 2007 г. – 181,3 тыс. ед., 2008 г. - 236 тыс. ед., 2009 г. – 288,6 тыс. ед. (18%). В целом, прирост численности малых предприятий в данном виде деятельности составил почти 90%.

В обрабатывающих производствах наблюдалась противоречивая ситуация: при росте численности малых предприятий на 45,3 тыс. ед. (37,8%) удельный вес предприятий данного сектора в общем количестве малых предприятий сократился с 12,3% (2005 г.) до 10,3% (2009 г.).

Количество малых предприятий в строительстве в 2005 г. составляло 109,3 тыс. ед. (11,2% от общей численности) и к 2009 г. выросло до 193,7 тыс. ед. (12,1%). Их рост объясняется повышением потребительского спроса на проведение строительных, общестроительных и ремонтных работ. В других видах деятельности количество функционирующих малых предприятий менялось незначительно.

За 2005-2009 г. среднесписочная численность работников субъектов малого предпринимательства увеличилась с 8933,7 тыс. чел. в 2005 г. до 11192,9 тыс. чел. в 2009 г. (прирост составил 2259,2 тыс. чел. или 25,3%): торговля и бытовое обслуживание – 2747,8 тыс. чел. и 3467,0 тыс. чел. соответственно. Из 2259,2 тыс. новых рабочих мест, созданных на малых предприятиях 719, тыс. или треть пришлась на данные виды деятельности; обрабатывающая промышленность привлекла в 2005 г. 1735,9 тыс. чел. (19,43%), однако к 2009 г. численность работников сократилась до 1666 тыс. чел. (15,14%); в строительстве численность работников незначительно колебалась – в 2005 г. занято 1558,1 тыс. чел. (17,44%), а в 2009 г. – 1695,0 тыс. чел. (15,14%); в сфере недвижимости в 2005-2007 гг. диагностировалась стагнация вида деятельности, но в 2008-2009 гг.

произошел «взрывной» рост с увеличением численности занятых с 1850 тыс. чел. до 2008 тыс. чел. За это время создано 660,4 тыс. новых рабочих мест (30%); позитивные сдвиги наблюдались в транспорте и связи – в 2005 г. 476,6 тыс. чел. до 589,4 тыс. чел. в 2009 г., обеспечивая 5% новых рабочих мест; численность работников малых предприятий по другим видам деятельности была незначительна и имела разнонаправленную тенденцию, сопровождаемую колебаниями. Отметим негативные изменения доли численности работающих на малых предприятиях в сфере материального производства – с 41,86% до 37,48%.

В указанный период времени изменился оборот малых предприятий: свыше 75% оборота пришлось на сферу торговли и бытовое обслуживание, хотя отмечено уменьшение удельного веса с 72,15% в 2005 г. до 66,92% в 2009 г.; объемы в обрабатывающей промышленности меньше торговли и бытового обслуживания в 7 раз, кроме того отмечалась тенденция к сокращению с 9,65% до 8,65%; оборот в строительстве начал возрастать опережающими темпами – в 2005 г. составил 674,2 млрд. руб. (7%), а в 2009 г. уже 1546,9 млрд. руб. (9,17%); операции с недвижимостью имел сходную динамику от 624,5 млрд. руб. до 1223,6 млрд. руб. (удельный вес на уровне 6-7%); обороты малых предприятий по остальным видам деятельности и их вклад в совокупный оборот несут незначительный характер.

На начало 2010 г. зарегистрировано 1602,5 тыс. малых предприятий, что в среднем составляет 11,3 предприятий на 1000 чел., тогда как в странах ЕС этот показатель колеблется от 35 до 68.

Увеличению субъектов МСП в России не способствует сложившаяся налоговая практика, так, начиная с 2011 г., налоговое бремя малого бизнеса возросло более чем в 2,5 раза: например, в части обязательных страховых платежей – с 26 до 34% (для МП, применяющих общую систему налогообложения), и с 14 до 34% (для предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения), что спровоцировало усиление оттока капитала малого бизнеса за границу [2]. Это негативно сказалось и на инвестиционной среде, низкая привлекательность которой уже давно является одним из основных препятствий на пути модернизации отечественной экономики.

В результате сплошного обследования субъектов МСБ Росстатом в 2011 г. впервые были получены данные о количестве реально действующих на территории страны МСП, которых оказалось существенно меньше формально зарегистрированных – почти на 1,5 млн. единиц [35]. Общая доля занятого населения в малом бизнесе в 2010 г. составляла 5562,9 тыс. чел., что соответствует 7,37% численности экономически активного населения России.

При этом самая высокая ежегодная выручка – около 500 млн. руб. на предприятие – приходится на долю ИП (здесь и наиболее высокая занятость), а самая низкая – 1,4 млн. руб. – на микробизнес, где работают, в среднем, 2 чел. на предприятии. Анализ приведенных данных показал, что в настоящее время в России доля предприятий малого бизнеса незначительна, а в структуре МСП преобладает микробизнес (85,9%), обеспечивающий каждое третье рабочее

место и 43% выручки всего сектора МСП.

Объем выручки ИП от продажи товаров, продукции, работ и услуг в 2012 г. составил более 8,7 трлн. руб., при этом более 85% выручки приходится на сферу торговли.

По итогам 2012 г. объем инвестиций микро- и малых предприятий в основной капитал составил 521,5 млрд. руб. и впервые превысил докризисный уровень (рост по отношению к 2008 г. – 10,4%, без учета уровня инфляции).

В России около 35% занятых в малом бизнесе трудятся в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности. По данным ФНС России с 2005 г. число зарегистрированных ИП и фермеров в России начинает расти и достигает своего пика в 2011 году. С 2005 г. по 2013 г. зарегистрированных ИП увеличилось в 1,9 раз, а число фермеров за период 2005-2011 гг. – в 3,3 раза.

По данным Минэкономразвития РФ на 01.01.2013 действует около 5,5 млн. субъектов МСП, обеспечивающих занятость 25% населения. При этом на предприятиях – юридических лицах в секторе малого и среднего предпринимательства занято 12,2 млн. чел. (68,4%), у ИП – 5,6 млн. чел. (31,6%).

Доля оборота продукции и услуг, производимых субъектами малого и среднего бизнеса (юридическими лицами), в общем объеме оборота продукции и услуг, производимых предприятиями по стране, составляет около 25%.

Вместе с тем уровень развития малых и средних предприятий в России пока не достиг уровня развития малых и средних предприятий в странах, являющихся основными экономическими партнерами страны. Так, доля сектора МСП в ВВП составляет около 21%, данный показатель в странах ЕС – 50-60 %.

Показатель плотности распространения субъектов МСП на 1000 чел. населения в среднем по России находится на уровне 20 единиц (без учета индивидуальных предпринимателей), что существенно ниже, чем в ряде других стран.

Количество ИП в РФ 4023,8 тыс. чел. Общая численность занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности (с учетом ИП и наемных работников) составляет 5644,3 тыс. чел., при этом 58% из них занято в сфере торговли, а 25% – в сфере услуг.

Далее началось резкое сокращение ИП и фермеров. Всего, за период с 01.11.2012 по 01.10.2013 прекратили свою деятельность 943457 ранее зарегистрированных ИП и 36305 фермеров. За 9 месяцев 2013 г. решились начать свой бизнес на 141762 чел. (31,77%) меньше, чем в предыдущем аналогичном периоде. Одной из причин такого резкого сокращения явился принятый в 2012 г. Федеральный закон № 243-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросам обязательного пенсионного страхования», который существенно увеличил страховые выплаты для индивидуальных предпринимателей.

Примерно 50% малого бизнеса продолжает оставаться «теневым», хотя за счёт создания условий для выхода из тени нелегальных предпринимателей можно увеличить долю малого бизнеса в ВВП РФ до 50%, вместо фиксируемых 19% [5].

Число малых предприятий по состоянию на 01.12.2013 сократилось в 1,03

раза по сравнению с 2012 г. В сегменте микро- и малых предприятий на 01.01.2013 осуществляет деятельность 1997,0 тыс. юридических лиц, на которых занято (без учета внешних совместителей) 10481,0 тыс. чел., что составляет 58,7% от всех занятых в секторе МСП и 14,6% от занятого в экономике России населения.

Оборот сектора микро- и малых предприятий в 2012 г. составил более 23,5 трлн. руб. За период с 2008 по 2012 гг. наблюдается ежегодный рост оборота предприятий на 25,3% (без учета уровня инфляции).

Основная часть оборота приходится на торговлю (59%) и сферу услуг (17,4%), доля строительства и производства составляет 11% и 10,4% соответственно. В отраслевой структуре предпринимательства у России в 2014 г. приходилось на долю торговли и услуг - 52,9% и более 70% оборота всех малых предприятий РФ, где занято свыше 3 млн. чел. Это обусловлено причинами: 1) в торговле реинвестируют в экономику в 10 раз больше, чем крупные розничные сети, что одновременно отражает их больший объем закупок у малых производителей, т.е. происходит процесс образования малых торгово-производственных кластеров; 2) МСП способствуют диверсификации и повышению устойчивости экономики, обеспечивают больший уровень занятости; 3) создают необходимое потребителям разнообразие ассортимента. Крупный бизнес работает со стандартизованным массовым ассортиментом, а специфическую нишевую продукцию можно приобрести только на предприятиях малого и среднего торгового бизнеса.

Количество средних предприятий на 01.01.2013 в целом по стране составило 16163 ед. (менее 1% от общего количества малых и средних предприятий). Занято на средних предприятиях – 1,7 млн. чел. (без учета внешних совместителей), что составляет почти 10% от всех занятых в секторе МСП. Оборот средних предприятий в 2012 г. превысил 4,1 трлн. руб.

По оценке журнала «Эксперт», средний бизнес дает около 55% общей выручки средних и крупных предприятий страны. Иными словами, средний бизнес создает больше выручки, чем крупный. При этом доля среднего бизнеса по основным средствам составляет около трети от общей суммы основных средств средних и крупных предприятий. Структура средних предприятий в отраслевом разрезе различается в зависимости от выбранных для проведения оценки показателей: если по числу предприятий и численности занятых лидируют компании в сфере промышленности – на их долю приходится 27% от общего числа юридических лиц и треть занятых на средних предприятиях, то по обороту лидируют торговые компании (46,3% от общего объема), а по объему инвестиций в основной капитал первое место занимают предприятия сектора сельского хозяйства с показателем 33,3%. Существуют отрасли, где роль средних предприятий выражена в наибольшей степени (более 60% отрасли составляют компании среднего бизнеса). Это такие отрасли, как пищевая, мебельная промышленность, строительство, машиностроение, химия и производство неметаллических материалов, сельское хозяйство.

Отметим, что для достижения существенных изменений в структуре экономики и создания реальной конкурентной среды, в России должно

действовать более 10,5 млн. субъектов малого и среднего предпринимательства.

Таким образом, очертим круг проблем современного малого предпринимательства: отсутствие массовых программ обучения предпринимателей за счет средств бюджета; непрозрачность и затянутость процедуры регистрации. Для регистрации бизнеса в России требуется пройти около 9 операций, которые занимают около 44 дней – для юридического лица, и 5 дней – для индивидуального предпринимателя (при идеально подготовленном пакете документов); невосприимчивость к инновациям (инновационная активность малых предприятий не соответствует требованиям современной экономики, т.к. внедрение инноваций в производство требует больших капиталовложений, которые у российских предпринимателей отсутствуют); низкий процент венчурной специализации (инновационное производство захватывает всего лишь около 6% малых предприятий); низкая легитимность малого бизнеса, поскольку большой процент предприятий функционирует в сфере теневой экономики; недостаток финансовых ресурсов из-за малой величины индивидуального капитала; завышенная цена кредитования малого бизнеса банками и отсутствие специальных кредитных организаций для обслуживания малого предпринимательства; неустойчивость малого бизнеса (почти каждый четвертый представитель малого бизнеса становится банкротом, или ликвидирует свою деятельность); высокая налоговая нагрузка для малого предпринимательства, сложность и нечеткость принимаемых законов в области налогообложения, неразвитый сервис организации работы налоговых ведомств с предпринимателями; арендная плата, размер которой не ограничен законодательством; неразвитая правовая система и слабая защищенность предпринимателя и другие.

1.4. Факторы и условия развития малого и среднего предпринимательства. Малое предпринимательство способно выполнять важнейшие социально-экономические функции, среди которых: преодоление монополизма в национальной экономике; освоение новых технологий, организационных методов управления; снижение цен посредством конкуренции производителей за рынки сбыта; создание новых рабочих мест; формирование трудовой этики рыночного типа; создание базы для развития рыночных отношений и т.п. Однако реализация этих функций возможна при создании определенных условий и учета ряда факторов развития МСП.

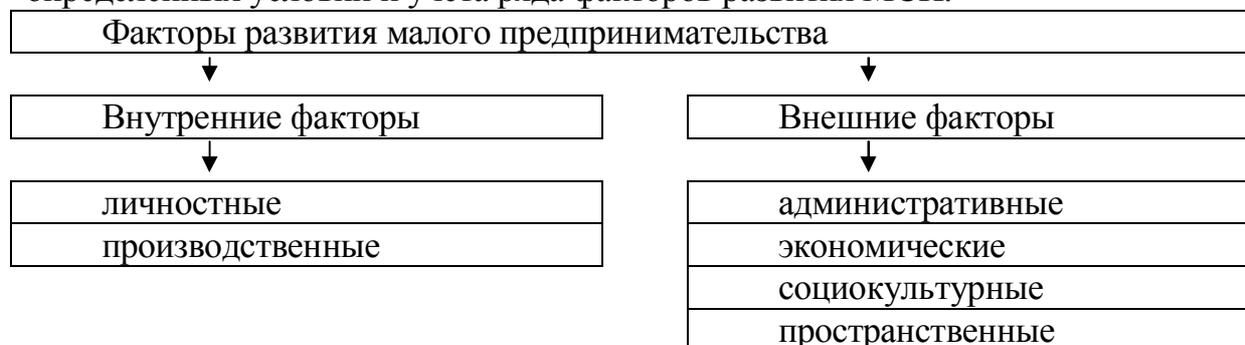


Рис. 1.1 – Классификация факторов развития малого предпринимательства [6]

Факторы, влияющие на развитие малого предпринимательства, можно представить в виде двух групп [4] (рис. 1.1): направленные на изучение предпринимательства изнутри (внутренние факторы); относящиеся к выявлению факторов, находящихся в инфраструктуре МСП, бизнес-сообществе и обществе (внешние факторы).

К *внутренним факторам* относят, связанные с личностью предпринимателя и производством:

1. Личностные факторы (ценностные, отношенческие, компетентностные). Предприниматель в своей деятельности при принятии решений руководствуется общечеловеческими и персональными ценностями («собственная картина мира» что есть истина), опирается на национальные и религиозные традиции. Для предпринимателя как активного субъекта характерны жизненные цели и приоритеты (рыночные, финансовые, социальные, творческие и т.п.), отношение к делу. Предприниматель должен обладать набором компетенций, позволяющих ему добиться профессионального и коммерческого успеха, которые необходимо развивать постоянно и осваивать новые с развитием предпринимательства как вида деятельности.

2. Производственные факторы (хозяйственные, организационно-управленческие), которые складываются из составляющих хозяйственной деятельности, не относящихся к личности предпринимателя. Предприниматель определяет вид деятельности, тип малого предприятия, структуру производственного процесса, уровень запасов, степень эффективности и другое, что в итоге станет единым производственным механизмом. Принимая решения, предприниматель влияет на все уровни управления, формируя организационную структуру, деловой климат, тип управления, социальную активность персонала.

Внешние факторы характеризуют среду, в которой предстоит развиваться субъекту малого предпринимательства:

1. Административные факторы (законодательство, экономическая политика, государственное регулирование). Являясь субъектом экономических отношений, предприниматель проектирует и развивает бизнес в рамках заданной системы отношений, которая как позитивно, так и негативно может влиять на его состояние.

2. Экономические факторы (тип экономики, уровень развития предпринимательства в регионе, состояние конкуренции, доступность финансовых и имущественных ресурсов, уровень транзакционных издержек). Малые предприятия с учетом этих факторов, либо конкурируют по цене, используя базовые факторы производства – неквалифицированную рабочую силу и природные ресурсы (ресурсно-ориентированная экономика), либо строят эффективное производство для увеличения производительности, а конкурентоспособность достигается за счет подготовки персонала, эффективной работы с потребителем и способность извлекать эффект из имеющихся технологий (эффективно-ориентированная экономика), либо производят высокотехнологичные продукты, используя инновационные методы производства.

В настоящее время в России можно выделить наличие внутренних территориальных различий (рангов федеральных округов), которые нужно учитывать при управлении МСП [44] (табл. 1.8), от большего к меньшему в 2010 г.:

ФО	Ранги					
	площадь	численность населения	валовой региональный продукт (ВРП)	среднедушевой доход	инвестиции в основной капитал	уровень безработицы
Центральный	6	1	1	1	1	8
Северо-Западный	4	5	5	3	8	7
Южный	7	4	6	6	7	1
Северо-Кавказский	8	7	8	8	4	2
Приволжский	5	2	3	7	3	5
Уральский	3	6	2	2	2	6
Сибирский	2	3	4	5	5	3
Дальневосточный	1	8	7	4	6	4

Малые предприятия могут располагаться на: развитых и неэффективных диверсифицированных территориях (наличие различных несвязанных друг с другом видов производств, выпускающих широкий ассортимент продукции); преуспевающих и отстающих узкоспециализированных территориях (специализация на определенных видах продукции, часть которых предназначена для регионального обмена).

3. Социокультурные факторы (уровень хозяйственной инициативы, культурные традиции предпринимательства, степень расслоения и уровень социального неравенства, состояние социальной ответственности бизнеса, восприятие предпринимательства обществом).

4. Пространственные факторы определяются характеристиками среды в зависимости от уровня издержек, вызванных использованием соответствующих факторов производства и инфраструктуры (трудовые ресурсы, доступность технологий, развитость инфраструктуры).

Для развития МСП необходимы также определенные условия, к которым отнесем: экономические, социальные, правовые и кросскультурные.

К экономическим условиям относятся: состояние рынков сбыта (предложение товаров и спрос на них; виды товаров, которые могут приобрести потребители; объемы денежных средств, которые могут быть истрачены на покупки); предпринимательская среда (избыток или недостаточность рабочей силы, влияющие на уровень заработной платы в сфере МСП; наличие и доступность денежных ресурсов; уровень доходов на инвестированный капитал; величина заемных средств, необходимых предпринимателю для финансирования деловых операций); инфраструктура организаций, проводящих коммерческие операции предпринимателя.

Социальные условия дополняют экономические условия, т.к. на разных этапах деятельности предпринимателя потребности на рынках могут изменяться.

Правовые условия, которые определяют содержание правовой среды (законодательство и нормы) и должны обеспечивать: упрощенную и ускоренную процедуру регистрации и создания МСП; защиту предпринимателей от государственного бюрократизма и требований, превышающих компетенции проверяющих органов; статистическую и информационную открытость процедур и операций, связанных с лицензированием и сертификацией, получением различных разрешений для ведения предпринимательской деятельности; защиту потребителей от недобросовестной предпринимательской практики; подготовку законодательных инициатив и предложений от предпринимателей для обеспечения правовых гарантий МСП.

Однако имеющиеся правовые условия этого не обеспечивают в полном объеме: по простоте ведения бизнеса РФ занимает 112 место из 185, переместившись вверх с 2012 г. – на 8 пунктов и с 2011 г. – на 12 (Ежегодный рейтинг «Doing Business –2013»), проводимый Всемирным банком и Международной финансовой корпорацией – IFC).

Кросскультурные условия, предполагают необходимость понимания малого предпринимательства в разных странах, и обеспечении информацией и измерении предпринимательской активности в глобальном контексте. Этому способствует включение России в проект «Глобального мониторинга предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) с 2007 г. Исследование 2013 г. [26] показывает, что по отношению к предпринимательству в обществе большинство россиян высоко оценивают статус предпринимателя и считают карьеру предпринимателя привлекательной: 68,2% и 65,7% соответственно. Однако только 2,6% тех, кто не является предпринимателями, рассматривают для себя возможность открытия бизнеса в ближайшее время. Низкий уровень предпринимательских намерений объясняется рядом факторов, одним из которых является негативная оценка условий для предпринимательского старта. Лишь 18,1% трудоспособного населения оценили условия для открытия бизнеса в регионе их проживания как благоприятные, что близко по значению к показателю кризисного 2009 г. и ниже, чем показатели 2010-2012 гг. Занятые в другом виде деятельности, отличного от предпринимательства и предприниматели более позитивно оценивают условия для ведения бизнеса в регионе их проживания (12,1 и 26,1% соответственно), приходится констатировать, что большинство из тех, кто вовлечен в создание и управление собственной фирмой, не считают внешние условия благоприятными для предпринимательской деятельности. Большинство респондентов заявило, что от открытия собственного дела их удерживает боязнь быть неуспешными (59,5%). При этом среди россиян, которые благоприятно оценивают внешние возможности, доля тех, кто боится провала своих начинаний, значительно меньше – 32,6%. 28,2% респондентов считают, что обладают достаточными знаниями и опытом для открытия собственного дела.

Этот показатель один из самых низких среди всех стран, принимавших участие в проекте.

Предпринимательская активность проявилась у 5,8% россиян трудоспособного возраста, которые находились в процессе создания бизнеса, либо являлись владельцами нового бизнеса. Это самое высокое значение показателя с 2007 г. для России. Доля тех, кто владел бизнесом, просуществовавшим более 3,5 лет, составила 3,4% трудоспособного населения. Несмотря на увеличение числа зарегистрировавшихся предпринимателей, коэффициент расширения предпринимательства (соотношение тех, кто предпринимает попытки по созданию бизнеса в текущем году, и выбывших из бизнеса) сократился по сравнению с 2012 г. (из ликвидировавших бизнес, только 12,9% готовы попробовать себя снова в предпринимательстве). 51,6% не рассматривают возможности создания бизнеса в ближайшие годы. Уровень ранней предпринимательской активности и низкая доля устоявшихся предпринимателей в общем числе предпринимателей негативно характеризуют состояние предпринимательства в России. На сегодняшний день 50% предпринимателей видит преимущества ведения собственного бизнеса. Остальные вовлечены в предпринимательство либо вынужденно, либо с целью поддержания приемлемого дохода.

Судя по предпринимательским устремлениям, большинство предпринимателей, как ранних, так и устоявшихся, в 2013 г. заявили, что в течение 5 лет не планируют создание новых рабочих мест. При этом среди предпринимателей, работающих на рынке более 3,5 лет, желающих создать новые рабочие места значительно меньше, чем среди их менее опытных коллег (80,9% против 46,2% соответственно). Это самое высокое значение данного показателя с 2007 г.

Исследование показало, что предприниматели более удовлетворены жизнью, чем непредпринимательская часть населения и подавляющее большинство предпринимателей (91%) согласны с тем, что работа, которую они выполняют, важна для них. 85% предпринимателей отметили, что обладают высокой автономностью в решениях о том, как выполнять свою работу. Среди непредпринимательской части населения тех, кто согласен с этими утверждениями, меньше (72 и 44% соответственно). В целом больше удовлетворены работой – 68% предпринимателей против 44% непредпринимателей.

Таким образом, формирование комплекса условий и влияние на различные факторы можно создать базис для оптимального развития российского МСП.

1.5. Личность предпринимателя в инновационной экономике. В сложных экономических условиях возрастает ответственность предпринимателя за результаты деятельности и особую актуальность приобретает активизация предпринимательской активности и всех личностных качеств личности предпринимателя для достижения успеха.

С точки зрения политической экономии предприниматель – это тот, кто на основе своих финансовых, организационных и прочих возможностей соединяет средства труда, труд, материалы для создания продукта, обладающего

платежеспособным спросом. Он выполняет функции формирования и наращивания капитала. Его деятельность направлена на личное обогащение, субъективно и объективно способствует развитию народного хозяйства, созданию новых рабочих мест.

В основе предпринимательства инициативный творческий труд человека, новатора, свобода в выборе направлений и методов своей деятельности, несущего полную ответственность за результаты своего труда и самостоятельно распоряжаться его результатами. Следовательно, в предпринимательстве целесообразно рассматривать два элемента: новаторскую инновационную деятельность как предпринимательскую функцию; действия предпринимателя как интрапренера (носителя и реализатора данной функции).

Рынок и его капитализация предполагают строй мышления и поведения, для которых характерно рациональное и системное стремление человека получить максимальные экономические выгоды в рамках своей профессии. Однако нельзя отрицать, что в своем экономическом поведении предприниматель часто руководствуется не соображениями рациональности, а ценностями, привычками, традициями, нравственными нормами.

В настоящее время в стране ощущается дефицит квалифицированных кадров для предпринимательства, владеющих знаниями и умениями в области правовых, экономических и организационных механизмов, понимающих факторы и условия современного рынка, умеющих вписываться в деловую среду, принимать решения, руководить предприятиями и защищать свой бизнес [30].

Предприниматель, действующий в рыночной экономике, становится центральной фигурой социально-экономической жизни общества. Для достижения целей предпринимательства, это должен быть политически и экономически свободный человек, деятельность которого направлена на получение прибыли путем реализации спроса на товары и услуги. Его предпринимательская деятельность решает следующие задачи: удовлетворяет потребности населения в товарах и услугах; способствует повышению благосостояния предпринимателя и потребителей; создает новые рабочие места, снижая уровень безработицы; способствует научно-техническому прогрессу; способствует развитию культуры и искусства через меценатство; способствует усилению конкуренции; создает возможности для самореализации предпринимателя.

Проанализируем качества личности и особенности деятельности предпринимателей с 80-90-х гг. XX в. до современности. Первыми предпринимателями-кооператорами (1986-1990 гг.) были работники торговли и сферы обслуживания, которые в прошлом составляли так называемую «теневую экономику» и имели намерения легализации бизнеса. Большинство предпринимателей имели определенный опыт в коммерции и нелегальном предпринимательстве, хотя на уровне государство предполагалось, что возможностью создания негосударственных предприятий воспользуются пенсионеры и студенты. На практике оказалось, что эти категории населения ни психологически, ни материально, ни профессионально не готовы к ведению

предпринимательской деятельности. Целью первой волны предпринимателей стало желание разбогатеть или легализовать капиталы.

Вторую волну предпринимателей (1991-1992 гг.) составили руководители государственных структур, партийных и профсоюзных организаций. Позднее к ним присоединились представители молодежных организаций, объединений стройотрядов, хозрасчетных организаций, любительских объединений. Отличительной особенностью этих предпринимателей было наличие опыта инициативной деятельности в коллективах, коммерческой и хозяйственной деятельности, накопленные хозяйственные связи, ориентация на успех и прибыли.

Третью волну предпринимателей (1993-1994 гг.) составили преимущественно бывшие управленцы и инженерно-технические работники государственных предприятий промышленности (46% - из сферы промышленных предприятий и прикладных научно-исследовательских институтов; 15% - сотрудники министерств и ведомств; 2,4% - работники аппаратов КПСС и Ленинского комсомола), которые в период экономического кризиса и кризиса идеологии оказались невостребованными. Основным мотивом предпринимательства для них стала реализация собственного потенциала, который позволял получить им экономическую стабильность. Но именно их включение в предпринимательскую деятельность, опыт и связи, знание рынка, позволило привести в действие до того неэффективно использовавшийся производственный капитал.

Четвертая волна предпринимателей (1995-1999 гг.) пополнилась из числа руководителей приватизированных предприятий розничной торговли, сферы услуг, транспорта, строительства, которые в изменившихся условиях сумели ввести имеющиеся и накопленные финансовые ресурсы в «теневой экономике», выкупив основные фонды и используя доказавшие эффективность организационные схемы потоков ресурсов и доходов. Помимо сильных экономических мотивов данная категория предпринимателей стремилась к приобретению влияния в обществе. Эти политические мотивы они затем стремились реализовать в ходе выборов процессов на различных уровнях.

Пятая волна предпринимателей (2000 г. – по наст. вр.) стала самой разнородной и состояла из фермеров и ремесленников, занимающихся преимущественно производством изначально для самообеспечения, а затем уже и реализацией товаров и услуг для извлечения коммерческой выгоды. Сюда отнесем представителей науки и образования, искусства и культуры, освоивших нишу интеллектуальных услуг и посредничество, новые виды деятельности (консалтинг и аудит, информационные технологии, маркетинг, персонал, инжиниринг, туризм, инновации, бухгалтерский учет, инвестиции, страхование и т.д.). Более 75% предпринимателей пятой волны имеют высшее образование и около 10% ученую степень кандидата или доктора наук. Их мотивы: трудоустройство, стабильный и достойный доход, реализация личного и профессионального потенциала. Ключевым отличием от предыдущих волн предпринимателей, инвестирующих «теневые» или приватизированные ресурсы, пятая волна опирается на собственные. У большинства

предпринимателей отсутствуют необходимые связи и возможности для привлечения материальных и финансовых ресурсов, поэтому рискуя собственным капиталом, они наименее защищены от экономических и политических рисков, с которыми сопряжено ведение малого предпринимательства.

Разделение предпринимателей на волны включения в предпринимательскую деятельность носит условный характер, но при этом характеризует основные тенденции развития предпринимательства. В тоже время каждая волна сохраняет свои очертания, например, первая волна предпринимателей, продолжает действовать в «теневой экономике». Согласно исследованиям Т. Корягиной [18], в фактически легальной «теневой экономике», функционирующей на основе бартера и наличного расчета, предпринимателей первой волны подталкивает несовершенная система налогообложения, неэффективное регулирование предпринимательства, «искусственное» ограничение доступа к ресурсам.

Таким образом, российских предпринимателей можно разделить по сложности их бизнеса и включению в предпринимательскую деятельность на пять групп: высококвалифицированные менеджеры, бизнес которых реализуется на предприятиях и в организациях высокого научно-технического уровня; высококвалифицированные инженерно-технические работники, бизнес которых строится на использовании высоких технологий; высококвалифицированные специалисты, развивающие интеллектуальные услуги; специалисты средней квалификации, развивающие сферу обслуживания; низкоквалифицированные работники, бизнес которых прост технологически и организационно.

Российское предпринимательство не имеет социальных корней характерных для западного. Происхождение российских предпринимателей разнородно: от интеллигенции и чиновников, до инженеров и рабочих.

В современных условиях востребована группа личностных качеств, которая позволяет предпринимателю сохранить бизнес в ситуациях неустойчивого рынка и кризиса: мобильность, качество позволяющее проявить личности исследовательские, поисковые качества при решении конкретной управленческой задачи; оптимизм, способствующее созданию авторитета, позволяя предпринимателю сплотить команду единомышленников, и настроить их на достижение общих целей и решение конкретных профессиональных задач; рискованность, отражающее смелость и уверенность предпринимателя в себе и своих действиях, умение брать риск и ответственность; трудоспособность, позволяющее оптимально определять планы и перспективы деятельности, умения и опыт, настойчивость, способность предложить реальные способы решения актуальных предпринимательских проблем, удовлетворения возникающих потребностей в обществе; ответственность, касающееся не только финансовой стороны бизнеса, проявляется в миссии предпринимателя, осознающего ценность, значимость, полезность бизнеса для общества в целом и для отдельных его граждан.

Таким образом, современные предприниматели России это, как правило,

инициативные граждане, не имеющие подготовки в сфере предпринимательства, но при этом демонстрирующие профессионализм и компетентность в других отраслях народного хозяйства, имеющие незначительный начальный капитал для начала собственного бизнеса.

1.6. Инфраструктура и формы поддержки малого и среднего предпринимательства в инновационной России. В условиях структурной перестройки всей системы хозяйствования в России развитие малого предпринимательства должно стать приоритетной задачей для государственных и региональных властей, а для качественного изменения сложившейся ситуации в сфере МСП целесообразно разработать эффективную систему их комплексной поддержки и стимулирования.

Выделим ключевые особенности текущего уровня развития МСП в России:

1) низкая эффективность бизнеса субъектов МСП: текущая рентабельность продаж (6,1% для средних, 3,5% для малых предприятий) недостаточна для накопления собственного капитала для развития бизнеса; высокий износ и недостаток основных фондов; инвестиционный потенциал сектора МСП практически не реализован, доля инвестиционного кредитования в общем объеме кредитования сектора МСП в 2013 г. составила примерно 11%; минимальная интеграция субъектов МСП с крупным бизнесом;

2) высокая степень концентрации субъектов МСП по субъектам РФ: на регионы-лидеры приходится 46% общего количества предприятий - юридических лиц; динамика сектора МСП в целом по стране в большой степени зависит от его состояния в регионах-лидерах;

3) размер субъектов МСП в РФ значительно уступает зарубежным аналогам: при сопоставимом количестве МСП на 1 тыс. жителей доля занятого населения в секторе в 2-3 раза ниже, чем в зарубежных странах; на долю индивидуальных предпринимателей и микропредприятий приходится 95,5% субъектов всего сектора МСП;

4) банковское кредитование остается ключевым источником средств для МСП: банковские кредиты составляют 93% внешнего финансирования МСП, на лизинговые программы приходится порядка 5%; около 40% финансирования МСП обеспечивается региональными банками.

В кредитовании субъектов МСП сохраняется тенденция к сокращению объемов инвестиционного кредитования и увеличению доли оборотных кредитов: доля кредитов МСП сроком до 1 года в объеме кредитования сектора в 2013 г. составляла 65%, по итогам 6 месяцев 2014 г. она увеличилась до 68% (основное направление кредитования - рефинансирование и оборотные цели); потребность сектора МСП в инвестиционном финансировании закрыта только на 60%, тем не менее спрос на новые инвестиционные кредиты со стороны МСП существенно сократился; ключевые вызовы для рынка кредитования МСП в 2014 г. - сужение базы качественных заемщиков и рост дефолтности портфелей, что привело к ужесточению кредитных политик банков. Акцент банки делают на низкорискованные продукты с «твердым» залогом и некредитные сервисы для МСП; дополнительное давление на рынок кредитования МСП в 2014 г. оказало удорожание фондирования для банков и увеличение ключевой ставки

Банком России до 17% в декабре 2014 г.

Прогнозируемые последствия для субъектов МСП, если система поддержки останется без изменений при выявленных тенденциях: увеличение ставок кредитования с 12-13% до 22% и выше; ужесточение условий кредитования; смещение акцента в сторону кредитования торгового сектора; предоставление финансирования на меньшие сроки; объем спроса на пролонгацию кредитов малому и среднему бизнесу возрос на 60%; темпы прироста кредитного портфеля МСП впервые за последние 3 года оказались ниже темпов кредитования крупного бизнеса. Объем кредитного портфеля МСП в I пол. 2014 г. вырос на 4% против 8% за I пол. 2013 г., кредитование крупного бизнеса в I пол. 2014 г. увеличилось на 9%.

В настоящее время в РФ используются разные формы поддержки МСП: финансовая; имущественная; поддержка внешнеэкономической деятельности; информационное обеспечение; подготовка кадров предпринимательства.

Финансовая поддержка малого предпринимательства осуществляется в виде: непосредственной выдачи кредитов; предоставления гарантий кредитно-финансовым организациям, осуществляющих кредитование малого предпринимательства; компенсации кредитно-финансовым организациям неполученной прибыли при кредитовании по льготной процентной ставке.

Имущественная поддержка – это: предоставление на конкурсной основе в аренду и приобретение в установленном порядке нежилых помещений и земельных участков; передача малым предприятиям оборудования и технологий в лизинг через лизинговую компанию; создание бизнес-инкубаторов и технопарков.

Для расширения деловых возможностей, развития межрегиональных и международных связей малого предпринимательства в целях обеспечения его потребностей в сбыте продукции, налаживании производственной кооперации, создании совместных производств оказывается *поддержка внешнеэкономической деятельности*. Кроме того, для качественного развития МСП необходимо указание специализированных услуг, связанных с подготовкой проектной документации, страхованием, получением конъюнктурной и особенно внешнеэкономической информации, участием в международных выставках и ярмарках.

Для поддержки МСП важна система *информационного обеспечения*, удовлетворяющая возрастающий дефицит в сборе информации, маркетинга, консультаций по различным аспектам предпринимательской деятельности, повышающая профессиональный уровень работы малых предприятий.

Малое предпринимательство нуждается в *профессионально подготовленных предпринимателях*, консультанта, государственных служащих, работающих в сфере предпринимательства.

Основные приоритеты поддержки МСП заключаются в: поддержке начинающих предпринимателей, в особенности молодежи и социально-незащищенных групп населения; всех видов инновационного бизнеса, главным образом, в высокотехнологичных и интеллектуальных отраслях; проектов, имеющих высокий мультипликативный эффект и бюджетную отдачу; проектов,

направленных на выпуск продукции массового спроса и создающих конкурентную среду на потребительском рынке; проектов, имеющих доленое внебюджетное финансирование; проектов международных и донорских организаций, направленных на развитие отечественного предпринимательства; проектов, направленных на импортозамещение; проектов, предусматривающих активизацию деловых связей и экспорт продукции.

Инфраструктура МСП должна оказывать разнообразную помощь и поддержку малым предприятиям и предпринимателям в организации, получении субсидий, контрактов, обучении и консультировании в целях сохранения и упрочения свободной конкуренции. Она позволяет реализовывать государственную политику в сфере МСП в федеральных округах и территориях, внедрять соответствующие программы, проводить экспертизу предпринимательских проектов, способствовать прямым деловым контактам и инвестициям [24].

За последние годы были созданы различные негосударственные структуры поддержки МСП, которые оказывают большее влияние на развитие малых предприятий. К негосударственной инфраструктуре МСП относятся: банки, страховые и лизинговые компании, факторинговые компании, консалтинговые фирмы, венчурные фонды, холдинговые компании, аудиторские фирмы, ассоциации предприятий МСП, технопарки, бизнес-инкубаторы, производственно-технологические центры, учебные центры и другие.

Все структуры, обеспечивающие поддержку МСП, должны функционировать как элементы одной сети, взаимодействуя и взаимно дополняя друг друга, придерживаясь единой идеологии развития, используя общую методологию, программное обеспечение, а также реализующих согласованную ценовую политику в обслуживании субъектов МСП,

В России ежегодно разрабатывается большое количество программ поддержки малого и среднего предпринимательства. Одной из основных программ поддержки малого и среднего предпринимательства в России является Федеральная финансовая программа поддержки малого и среднего предпринимательства, которая реализуется Минэкономразвития России с 2005 г. и предполагает распределение средств федерального бюджета на конкурсной основе и на условиях софинансирования между субъектами РФ в целях реализации региональных программ поддержки малого и среднего предпринимательства. Средний уровень софинансирования расходного обязательства субъекта РФ равен 70%. 65 субъектов РФ получают софинансирование из расчета 4 руб. средств федерального бюджета на 1 руб. средств регионального бюджета.

В 2013 г. в реализации Программы принимают участие 82 субъекта РФ (за исключением Еврейской АО). Принятие решений о выделении средств осуществляется конкурсной комиссией, в которую включены как представители ведущих общественных объединений предпринимателей: «ОПОРЫ РОССИИ», «Деловой России», Торгово-промышленной палаты, так и представители заинтересованных федеральных органов исполнительной власти.

Средства федерального бюджета, предоставляемые субъектам РФ,

направляются на реализацию: «прямых» мер финансовой поддержки в форме субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства; «непрямых» мер поддержки малого и среднего предпринимательства в форме создания объектов инфраструктуры поддержки субъектов МСП.

В 2013 г. 55% средств федерального бюджета в рамках Программы направлено на «прямые» субсидии предпринимателям, а 45% – на создание объектов инфраструктуры поддержки.

Важным условием реализации Программы является право субъекта РФ подать заявку на любые наиболее приоритетные и востребованные мероприятия, утвержденные региональной программой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Поддержка в рамках Программы направлена на удовлетворение потребностей в финансовых, имущественных, информационных и иных ресурсах субъектов предпринимательской деятельности, относящихся к категориям (микропредприятия, малые предприятия, средние предприятия) и находящихся на разных стадиях деятельности (начинающие предприниматели, развивающиеся, выходящие на экспорт предприниматели и др.).

Программа включает широкий спектр мероприятий поддержки, в т.ч.: поддержка предпринимательской инициативы и содействие вовлечению в предпринимательство, в том числе грантовая поддержка начинающих предпринимателей; перевооружение и модернизация производства, в том числе поддержка лизинга малых компаний; поддержка малых инновационных компаний; расширение доступа к финансовым ресурсам, в том числе развитие микрофинансовых организаций, капитализация гарантийных фондов; создание и развитие объектов инфраструктуры содействия предпринимательству, в том числе инновационной инфраструктуры, создание объектов имущественной поддержки предпринимательства.

Минэкономразвития России в 2013 г. оказало поддержку по указанным мероприятиям в общей сумме 19,82 млрд. рублей (табл. 1.9):

№	Наименование мероприятия	Выделено, млрд. руб.	% от общего лимита	Кол-во регионов, участвующих в программе, ед.
I.	Субсидии регионам на государственную поддержку МСП	18,03	91,0	82
1.	Поддержка предпринимательской инициативы и содействие вовлечению в предпринимательство, в том числе:	2,03	10,2	-
	- грантовая поддержка начинающих	1,12	5,6	44
2.	Первооружение и модернизация производства, в том числе:	5,00	25,2	75
	- поддержка лизинга малых компаний	3,00	15,1	72

№	Наименование мероприятия	Выделено, млрд. руб.	% от общего лимита	Кол-во регионов, участвующих в программе, ед.
3.	Поддержка малых инновационных компаний	1,14	5,8	59
4.	Расширение доступа к финансовым ресурсам, в том числе:	4,33	21,9	-
	- создание микрофинансовых организаций	2,25	11,4	35
	- создание гарантийных фондов	2,08	10,5	35
5.	Создание и развитие объектов инфраструктуры содействия предпринимательству, в том числе инновационной инфраструктуры	2,93	14,8	-
6.	Иное (поддержка муниципальных программ, в том числе поддержка монопрофильных муниципальных образований (моногорода), мероприятия по энергоэффективности, техприсоединению)	2,60	13,1	-
II.	Создание объектов имущественной поддержки предпринимательства (бизнес-инкубаторы – от 900 кв.м; промпарки – от 20 тыс. кв.м; технопарки – от 5 тыс. кв.м)	1,79	9,0	20
Всего		19,82	100	82

Ежегодно по результатам мониторинга Минэкономразвития России общее количество субъектов малого и среднего предпринимательства, получающих поддержку по Программе, составляет порядка 200 тысяч единиц.

Среди общесистемных мер поддержки:

1. Меры имущественной поддержки субъектов МСП. Одной из наиболее актуальных для малого бизнеса остается проблема доступа к объектам недвижимости. 50% малых предприятий относят низкую доступность помещений к наиболее серьезному препятствию для развития своего бизнеса (по данным «ОПОРЫ России»).

С момента принятия Закона № 209-ФЗ были сформированы базовые направления в сфере реализации мер имущественной поддержки субъектов МСП. В настоящее время действуют основные меры: особый порядок приватизации государственного и муниципального имущества субъектами малого и среднего предпринимательства; система перечней федерального,

регионального и муниципального имущества, предназначенного для предоставления в долгосрочную аренду субъектами МСП.

Федеральный закон от 22.07.2008 № 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов РФ или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» определил особый порядок приватизации государственного муниципального имущества, арендованного субъектами малого и среднего предпринимательства. В соответствии с данным законом более 33 тыс. малых и средних компаний стали собственниками арендуемых помещений общей площадью около 5 млн. кв.м.

Параллельно с приватизацией объектов недвижимости создавалась система перечней регионального и муниципального имущества, предназначенного для предоставления в долгосрочную аренду исключительно субъектам малого и среднего предпринимательства. Имущество, включенное в такие перечни, не подлежало отчуждению, в том числе в собственность малых и средних предприятий. По данным проведенного Минэкономразвития России мониторинга, на 01.01.2013 количество помещений, включенных уполномоченными органами исполнительной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления в перечни имущества, составило 85206 единиц общей площадью около 18 млн. кв.м.

Субъекты РФ и органы местного самоуправления получили право выбора между указанными инструментами поддержки: включать объекты государственной и муниципальной собственности в перечни или предоставлять субъектам МСП право на приватизацию. При этом мнение арендаторов – субъектов малого и среднего предпринимательства – не учитывалось. Такой подход привел к «перевесу» в формировании перечней имущества по сравнению с площадью выкупленных помещений. Учитывая данные факты, Минэкономразвития России разработан законопроект, направленный на упрощение порядка выкупа государственного и муниципального имущества субъектами МСП. В июле 2013 г. законопроект получил статус Федерального закона (Федеральный закон от 02.07.2013 № 144-ФЗ). Основные нововведения закона заключаются в следующем: 1) пролонгировано действие Федерального закона № 159-ФЗ до 01.07.2015, что позволит расширить возможности для субъектов МСП по применению вновь устанавливаемых правил; 2) субъектам МСП, арендующим помещения в течение не менее двух лет по состоянию на 01.07.2013, предоставлена возможность выкупа арендуемых ими помещений (ранее такая возможность предоставлялась субъектам МСП, арендующим помещения в течение не менее двух лет по состоянию на 05.08.2008); 3) предусмотрено преимущественное право предпринимателей на выкуп помещений, включенных в перечни имущества. Для того чтобы такое право у них появилось, имущество должно находиться в аренде у предпринимателя в течение 5 и более лет (по состоянию на 01.09.2012), а также быть включено в перечни в течение аналогичного срока; 4) исключено ограничение на максимальный размер площади помещений, которые могут быть выкуплены

при использовании преимущественного права выкупа, то есть предпринимателям предоставляется право выкупать всю арендуемую площадь (ранее ограничение на площадь устанавливалось на уровне субъекта РФ); 5) закреплен минимальный срок рассрочки по выкупу имущества – 3 года; 6) предпринимателям предоставлено право оспаривания стоимости выкупаемого имущества в судебном порядке. При этом введен запрет на продажу имущества другим лицам, если предприниматель считает, что стоимость имущества завышена, он оспаривает величину стоимости в суде. Указанные изменения позволяли бы выйти на новые темпы «малой приватизации». По оценке Минэкономразвития России, к 2015 г. предприниматели могли получить возможность приобрести еще около 7 млн. кв.м. Однако процесс был искусственно замедлен на уровне местного самоуправления.

Согласно Федерального закона от 29.06.2015 № 158-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» продлен срок выкупа субъектами МСП арендуемого регионального и муниципального недвижимого имущества до 1 июля 2018 г. Ранее указанный срок истек 1 июля 2015 г. Предусмотрено, что действие Федерального закона «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» не распространяется на государственное или муниципальное недвижимое имущество, если по состоянию на 01.07.2015 (ранее - на 01.07.2013) опубликовано объявление о продаже такого имущества на торгах или заключен договор, предусматривающий отчуждение такого имущества унитарным предприятием.

Преимущественное право на приобретение арендуемого имущества может быть реализовано в т.ч. при условии, что арендуемое имущество по состоянию на 01.07.2015 находится во временном владении или пользовании непрерывно в течение 2 и более лет в соответствии с договором аренды такого имущества. Срок рассрочки оплаты приобретаемого субъектами МСП имущества при реализации преимущественного права на приобретение арендуемого имущества не должен составлять менее 5 лет (ранее не менее 3 лет). Заявитель вправе направить в уполномоченный орган заявление в отношении имущества, включенного в перечень государственного имущества или муниципального имущества, предназначенного для передачи во владение или в пользование субъектам МСП, при условии, что арендуемое имущество по состоянию на 01.07.2015 находится во временном владении или пользовании непрерывно в течение 3 и более лет в соответствии с договором аренды такого имущества (ранее - если имущество по состоянию на 01.09.2012 находится во временном владении или пользовании непрерывно в течение 5 и более лет).

2. *Налогообложение и специальные налоговые режимы.* В настоящее время Налоговым кодексом РФ предусмотрены специальные налоговые режимы: упрощенная система налогообложения (УСН); единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД); единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН); патентная система налогообложения.

Учитывая требования к налогоплательщикам, использующим специальные налоговые режимы, можно сказать, что подавляющее большинство из них относятся к субъектам малого предпринимательства.

В целях налогового стимулирования развития предпринимательской деятельности в 2012-2013 гг. в Налоговый кодекс РФ внесен ряд изменений.

Освобождены от налогов субсидии получаемые предпринимателями в рамках Программы, а также отменён НДС на выкупаемое у муниципалитетов и субъектов РФ имущество в соответствии с Законом № 159-ФЗ.

С 30 до 60 млн. руб. увеличена предельная величина доходов налогоплательщика, ограничивающая его право на применение УСН, в 4 раза сокращена отчетность по данной системе налогообложения, при этом субъектам РФ предоставлено право уменьшать ставку налога по УСН с 15% до 5% (решения приняты в 73 субъектах РФ).

Принят ряд решений, направленных на формирование налоговых стимулов для развития компаний, занятых в сфере высоких технологий и социальной сфере. Среди них: сохранение ставки страховых взносов на уровне 14% для инновационных компаний (ИТ, наука, инжиниринг), освобождение предприятий, внедряющих новое энергоэффективное оборудование от налога на имущество сроком до 3 лет; освобождение коммерческих организаций работающих в сфере образования и здравоохранения от уплаты налога на прибыль организации, как минимум, сроком на 8 лет.

25.06.2012 принят Федеральный закон № 94-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса РФ и отдельные законодательные акты РФ», который выделил систему налогообложения на основе патента в самостоятельный налоговый режим.

Одной из целей Закона № 94-ФЗ является создание закрепленного источника доходов муниципального уровня власти, что в свою очередь должно повысить заинтересованность муниципальных властей в создании условий для развития малого предпринимательства на соответствующих территориях. Патент распространяется на обязательные 47 видов деятельности. Субъект РФ самостоятельно устанавливает для каждого вида деятельности размер потенциально возможного дохода, являющегося налоговой базой, в пределах минимального (100 тыс. руб.) и максимального их размеров (1 млн. руб.).

При этом по некоторым видам деятельности субъекты РФ могут увеличивать максимальный размер потенциального дохода, но не более чем в 3 раза, в городах с населением более 1 млн. чел. – не более чем в 5 раз, а по отдельным видам деятельности – до 10 раз. В большинстве случаев стоимость патента составляет от 6 тыс. до 60 тыс. руб. в год.

Общая сумма налоговых поступлений от патентной системы налогообложения за период с января по июль 2013 г. составила 0,802 млрд. руб.,

что в 2 раза превышает поступления УСН на основе патента за 2012 г. (0,415 млрд. руб.). Согласно данным ФНС России, только в I полугодии 2013 года индивидуальным предпринимателям было выдано более 75 тыс. патентов.

02.12.2013 принят Федеральный закон № 334-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса РФ и ст. 5 Закона РФ «О налогах на имущество физических лиц», в соответствии с которым создана возможность для подачи в налоговые органы заявления на получение патента одновременно с документами, представляемыми при государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя. Предлагаемые изменения позволят снизить издержки ИП при их взаимодействии с налоговыми органами.

В настоящий момент прорабатываются дополнительные меры, направленные на совершенствование налогообложения субъектов МСП.

Для решения задачи по стимулированию выхода предпринимателей из неформального сектора экономики планируется наделить субъекты РФ правом предоставлять 2-летние налоговые каникулы новым малым предприятиям. Кроме того, планируется внести изменения в законодательство, которые позволят самозанятым гражданам уплачивать налог в связи с применением патентной системы налогообложения и обязательные платежи по страховым взносам одновременно с их регистрацией в качестве индивидуальных предпринимателей по принципу «одного окна».

3. Снижение страховой нагрузки. В 2013 г. принят Федеральный закон № 237-ФЗ «О внесении изменений в ст. 22 Федерального закона «Об обязательном пенсионном страховании РФ» и ст. 14 и 16 Федерального закона «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования РФ, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования», в соответствии с которым с 01.01.2014 введена дифференцированная система исчисления страховых взносов для ИП. Так, для ИП с годовым доходом до 300 тыс. руб. размер страховых взносов по обязательному пенсионному страхованию равен 17329 руб. ИП с доходом, превышающим 300 тыс. руб., дополнительно к указанному страховому платежу уплачивают 1% от суммы дохода, превышающей пороговую величину в 300 тыс. руб. При этом сумма страховых взносов на обязательное пенсионное страхование не может превышать 138628 руб.

Также в 2013 г. принят Федеральный закон № 333-ФЗ «О внесении изменений в ст. 58 и 58.2 Федерального закона «О страховых взносах в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования», продлевающий до 2018 г. период применения льготного совокупного тарифа страховых взносов в государственные внебюджетные фонды в размере 20% для плательщиков, применяющих УСН и осуществляющих деятельность в производственной и социальной сферах (39 видов деятельности).

4. Доступ к государственному заказу. С 01.01.2014 вступил в силу Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», в соответствии с которым в систему государственных и

муниципальных закупок вносятся принципиальные изменения: 1) увеличена квота по закупкам у малых предприятий: она должна составлять не менее 15% от совокупного годового объема закупок, предусмотренного планом-графиком закупок; 2) одновременно с видоизменением квоты отменен перечень товаров, работ, услуг, которые должны закупаться у субъектов малого предпринимательства от совокупного годового объема закупок, предусмотренного планом-графиком; 3) с 15 млн. руб. до 20 млн. руб. увеличена начальная (максимальная) цена контракта при осуществлении закупок у субъектов малого предпринимательства; 4) установлена обязанность заказчика составлять отчет об объеме закупок товаров (работ, услуг) у субъектов малого предпринимательства, в который должна включаться информация о заключенных контрактах и несостоявшихся закупках; 5) введено правило «второй руки», в рамках которого заказчик вправе установить требование к подрядчику, не являющемуся субъектом малого предпринимательства, о привлечении к исполнению контракта субподрядчиков, соисполнителей из числа субъектов малого предпринимательства. Указанные изменения позволят увеличить долю участия малых компаний в государственных и муниципальных закупках.

5. Снижение административных барьеров. В настоящее время действует целый ряд норм, снижающих административную нагрузку на бизнес. Прежде всего – это реальное упрощение открытия собственного дела. Для начала бизнеса достаточно направить лишь один документ – уведомление без получения различного рода разрешений. Первоначально уведомительный порядок был предусмотрен для 13 видов предпринимательской деятельности, сейчас перечень расширен до 69. Также возможно зарегистрировать фирму, не выходя из дома – через сеть Интернет.

В соответствии с Федеральным законом от 26.12.2008 № 294-ФЗ [43] с 2009 г. проведение внеплановых проверок субъектов МСП контролирующими органами стало возможно только по согласованию с органами прокуратуры РФ (с мая 2010 г. данная норма распространяется на проверки всех юридических лиц и индивидуальных предпринимателей). Необходимо: 1) обращать внимание на законность действий органов внутренних дел, уполномоченных органов контроля (надзора) при проверке хозяйствующих субъектов и пресечение их неправомερных действий, связанных с необоснованными проверками либо превышением компетенции при их проведении, неправомερным изъятием компьютерной техники, документов, реализуемой продукции; 2) обеспечить приведение нормативных правовых актов субъектов РФ и муниципальных образований в соответствие с федеральным законодательством о защите прав субъектов предпринимательской деятельности; 3) повысить эффективность принимаемых мер по защите предпринимателей от поборов и вымогательства, выявлению и пресечению иных фактов коррупционных проявлений.

По данным Генпрокуратуры, сейчас отказывают в праве проведения внеплановой проверки предпринимателей в отношении 50% запросов, а по некоторым регионам – до 80%.

Ограничены сроки проведения проверок, общий срок проведения

плановых выездных проверок не может превышать 50 часов для малого предприятия, и 15 часов для микропредприятия в год. При первом незначительном нарушении предпринимателю выдаётся предупреждение, а не штраф, как это было ранее. Это позволило уйти от карательной практики надзора ведомств и сосредоточиться на профилактике нарушений. Для чиновников, допустивших нарушение порядка проведения проверки, введена административная ответственность в виде штрафа, а результаты такой проверки признаются недействительными. Проведена значительная работа, направленная на оптимизацию контрольных функций органов полиции на потребительском рынке. Установлен запрет на проверки, изъятие документов, проведение иных действий органами полиции вне рамок административного правонарушения или уголовного дела. Исключены полномочия полиции по составлению протоколов по 79 составам.

С 01.07.2015 в России заработают правила формирования и ведения единого реестра проверок предпринимателей. Заполняться реестр будет по заявкам проверяющих чиновников с присвоением однократного учетного номера проверки. А бизнесмены смогут сверяться с реестром и, если проверки в нем не окажется, инспекторам можно будет отказать. В пояснениях к документу говорится, что новые правила повысят прозрачность проверок, улучшат качество учета и статистической информации о их результатах. Предусматривается поэтапное введение в действие системы учета проверок в едином реестре. Так, с 01.07.2015 система вводится в отношении федерального государственного надзора, с 01.07.2016 - в отношении регионального государственного надзора, а с 01.01.2017 - в отношении муниципального контроля.

Сокращено количество лицензируемых видов деятельности (со 102 до 49), а также унифицирован порядок лицензирования: установлено бессрочное действие лицензии; введён принцип недопустимости взимания платы с предпринимателей за осуществление процедур лицензирования.

01.07.2015 поправки в закон о госконтроле, предусматривающие трехлетний мораторий на проведение плановых проверок в отношении малого бизнеса, одобрен Госдумой РФ во втором и третьем чтениях. Согласно документу, с 01.01.2016 будет введен мораторий на проведение плановых проверок малых предприятий. Впрочем, это касается не всех видов проверок: надзор в сфере пожарной, экологической, промышленной, радиационной безопасности объектов I и II классов опасности будет проводиться. Не получают послабления субъекты малого бизнеса, совершившие грубые нарушения или лишённые лицензии в течение 3 лет до наступления момента плановых проверок — по оценкам правительства, их около 11 тыс. Также мораторий не будет распространяться на социальные, образовательные, медицинские учреждения. С момента обсуждения этого документа в Белом доме список исключений расширился: Минфин включил в него аудиторские организации, а Минстрой - управляющих компаний многоквартирных домов. Поправки вступят в силу со дня официального опубликования, а перечень сфер деятельности, на которые он не распространяется, - с 01.01.2018 г. Нововведения

коснутся 80% малых предприятий и избавят их от 960 тыс. плановых проверок.

В 2009 г. по инициативе предпринимателей принят Федеральный закон, освобождающий компании, применяющие единый налог на вмененный доход, от обязательного применения контрольно-кассовой техники. Этот закон напрямую затрагивает интересы 2,7 млн. предпринимателей. Для предпринимателей, использующих патентную систему налогообложения, также исключено обязательное применение кассовой техники.

Правительством также рассматривается вопрос об отмене обязанности для индивидуальных предпринимателей ведения учёта кассовых операций.

Для субъектов МСП планируется разработать упрощённые формы бухгалтерской отчётности.

Начата системная работа по обеспечению качества предоставления государственных и муниципальных услуг (Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»). Перечень платных услуг стал исчерпывающим, понятным и публичным, а стоимость регламентирована нормативным актом органа, оказывающего услуги на основе принятой методики ее расчета.

Минэкономразвития России совместно с АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» и предпринимательским сообществом сформулирована Национальная предпринимательская инициатива. Данная инициатива состоит из «дорожных карт» – планов первоочередных мероприятий по наиболее проблемным сферам государственного регулирования.

В настоящее время утверждены 11 «дорожных карт»: повышение доступности энергетической инфраструктуры; поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта; совершенствование таможенного администрирования; улучшение предпринимательского климата в сфере строительства; повышение качества государственных услуг в сфере государственного кадастрового учёта недвижимого имущества и государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним; развитие конкуренции и совершенствование антимонопольного регулирования; оптимизация процедур регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей; расширение доступа субъектов МСП к закупкам инфраструктурных монополий и компаний с государственным участием; повышение качества регуляторной среды для бизнеса; совершенствование оценочной деятельности; совершенствование налогового администрирования. В качестве критериев эффективности «дорожных карт» используется место России в международных рейтингах (например, поставлена задача к 2018 г. по рейтингу «Doing Business», оценивающему условия для предпринимательства переместиться с 112 места на 20 позицию).

Целевым показателем реализации «дорожных карт» является вхождение России в топ-20 стран по инвестиционному климату к 2018 г.

б. Доступ к технологической инфраструктуре. Для малых компаний установлены льготные тарифы за технологическое присоединение к электрическим сетям: для потребителей с мощностью до 15 кВт стоимость

составляет 550 руб., а при присоединении мощности от 15 до 100 кВт можно внести только авансовый платеж в размере 5% от стоимости платы с правом беспроцентной рассрочки на 3 года. Утверждены формы типовых договоров технологического присоединения к электрическим сетям для потребителей до 750 кВт. Это основная часть субъектов малого и среднего предпринимательства.

Приняты изменения в Кодекс РФ об административных правонарушениях, устанавливающие ответственность монополистов за самые распространенные нарушения в сфере подключения к тепло-, водо- и электрическим сетям.

В результате принятых мер тариф на технологическое присоединение к электросетям для потребителей до 15 Киловатт (около 85% подаваемых заявок на подключение) в среднем снижен в 12 раз до 550 руб., а для остальных потребителей с 01.01.2011 в среднем на 30-50%.

В силу исторической ориентации российской экономики на поддержку крупного предпринимательства текущий уровень развития МСП остается низким по сравнению со многими зарубежными странами. При этом в настоящее время развитие МСП является важнейшим государственным приоритетом.

В перспективе внесение изменений в действующее законодательство (Распоряжение Правительства РФ от 21.03.2015 № 472-р «О проекте Федерального закона «О внесении изменений в статью 19 Федерального закона «О защите конкуренции» и Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ»).

В сфере торговли базовой является «Стратегия развития торговли в РФ на 2010-2015 гг. и период до 2020 года», которая главной своей целью провозглашает создание эффективной товаропроводящей инфраструктуры, соответствующей требованиям инновационного сценария развития экономики, однако, по мнению экспертов, реализация этих программ не создает положительных системных эффектов на уровне страны в целом.

Инфраструктура поддержки трансформируется в соответствии с потребностью государства и субъектов МСП. Перечислим отдельные нормативные акты, направленные на поддержание работоспособности инфраструктуры и поддержку субъектов МСП: Приказ Минпромторга России от 04.08.2014 № 1489 «Об утверждении Методических материалов по реализации механизмов поддержки деятельности в области инжиниринга и промышленного дизайна органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации» (оказание государственной поддержки в виде предоставления субсидии на создание и развитие региональных центров инжиниринга для субъектов малого и среднего бизнеса); Постановление Правительства РФ от 17.03.2015 № 238 «О порядке подготовки отчета об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций, его размещения в единой информационной системе и внесении изменения в Положение о Межведомственной комиссии по отбору инвестиционных проектов, российских кредитных организаций и международных финансовых организаций для участия в Программе поддержки инвестиционных проектов, реализуемых на

территории РФ на основе проектного финансирования» (вместе с «Правилами подготовки отчета об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций, его размещения в единой информационной системе»); Приказ Минэкономразвития России от 25.03.2015 № 167 «Об утверждении условий конкурсного отбора субъектов РФ, бюджетам которых предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства, и требований к организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства».

Согласно Указу Президента РФ от 05.06.2015 № 287 «О мерах по дальнейшему развитию малого и среднего предпринимательства» создается АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства», в задачи которой входит: оказание финансовой, инфраструктурной, имущественной, юридической, методологической и иной поддержки субъектам МСП; привлечение денежных средств российских, иностранных и международных организаций в целях поддержки субъектов МСП; организация информационного, маркетингового, финансового и юридического сопровождения инвестиционных проектов, реализуемых субъектами МСП; организация мероприятий, направленных на увеличение доли закупок (в годовом объеме) товаров, работ, услуг государственными корпорациями, государственными компаниями, хозяйственными обществами, в уставном капитале которых доля участия РФ превышает 50%, и дочерними хозяйственными обществами, более 50% уставного капитала которых принадлежит указанным юридическим лицам, а также иными заказчиками у субъектов МСП; осуществление оценки соответствия закупок товаров, работ, услуг требованиям законодательства РФ, предусматривающего участие субъектов МСП в закупках; обеспечение информационного взаимодействия АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» с органами государственной власти РФ, органами местного самоуправления, иными органами и организациями в целях оказания поддержки субъектам МСП; подготовку предложений о совершенствовании мер государственной поддержки субъектов МСП, в том числе в части, касающейся нормативно-правового регулирования в этой сфере.

Уровень развития МСП зависит от макроэкономической конъюнктуры, налоговой политики государства, политических, демографических и социокультурных факторов, а также от региональных и местных социально-экономических условий и особенностей, но повышение уровня развития МСП только за счет развития механизмов их финансовой поддержки без изменения других условий невозможно.

В целях повышения доступности кредитных ресурсов для субъектов МСП и формирования единой системы гарантийной поддержки субъектов МСП было утверждено основное направление Стратегии [31]: разработка и реализация ряда мер, направленных на поддержку МСП в кризисных условиях.

Планируемые макроэкономические показатели по итогам реализации

подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» государственной программы РФ «Экономическое развитие и инновационная экономика»: рост количества субъектов МСП к 2020 г. более чем на 25% до 7 млн. субъектов. При этом количество занятых составит 19,7 млн. чел.; расширены направления поддержки и спектр программ и проектов в области развития МСП, сформирована инфраструктура поддержки; совершенствование нормативного и правового регулирования сферы МСП, активное участие регионов и муниципалитетов в создании благоприятных условий для развития бизнеса.

При успешной реализации подпрограммы по итогам 2020 г. планируется достигнуть следующих результатов (табл. 1.10):

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей), занятых на микро, малых и средних предприятиях и у ИП, в общей численности занятого населения, %	25,8	26,1	26,3	26,6	26,9	27,2
Количество субъектов МСП (включая ИП) в расчете на 1 тыс. чел. населения РФ, ед.	40,0	40,9	41,8	42,7	43,6	44,5
Количество вновь созданных рабочих мест (включая вновь зарегистрированных ИП), тыс. ед.	100,5	78,8	78,8	116,5	116,5	116,5
Объем выданных гарантий и поручительств субъектам МСП, млрд. руб.	63	66	74	78	80	77
Объем выданных гарантий и поручительств по кредитам (гарантиям) субъектам МСП, млрд. руб.	90	105,5	142,5	186	196	179
Количество созданных и (или) модернизируемых высокопроизводительных рабочих мест, тыс. ед.	24	30	43	59	67	64
Объем кредитов субъектам МСП, выданных под гарантии и поручительства НГС, млрд. руб.	181	211	285	371	392	358
Количество субъектов МСП, получивших гарантийную поддержку НГС, тыс. ед.	9	13	21	34	36	33
Прирост инвестиций субъектов МСП в основной капитал за счет гарантийной поддержки, млрд. руб.	22	29	46	66	78	82

Планируется также: упрощение процедур ведения предпринимательской деятельности; повышение доступности финансирования для субъектов МСП; формирование системы инфраструктуры поддержки субъектов МСП, деятельность которой основывается на единых принципах и требованиях; увеличение до 44,5 ед. в 2020 г. количества субъектов МСП (включая ИП) в расчете на 1 тыс. чел. населения РФ; поддержка не менее 1650 тыс. МСП; общее количество вновь созданных рабочих мест (включая вновь зарегистрированных ИП) в секторе МСП при реализации подпрограммы достигнет к 2020 г. 980 тыс. рабочих мест. Достижение указанных результатов и значений возможно при эффективном функционировании системы поддержки МСП и комплексных мероприятий на каждом уровне управления инновационной экономикой страны.

Список литературы:

1. Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М.: ИНФРМ-М, 2001. С. 267.
2. Аналитические материалы Портала правовой поддержки предпринимательской деятельности. Режим доступа: <http://www.allmedia.ru>
3. Багиев Г.Л., Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие / под общ. ред. проф. Г.Л. Багиева. СПб.: СПбГУЭФ, 2001. 231 с.
4. Верховская О.Р., Дорохина М.В. Предпринимательская активность в современной России // Российский журнал менеджмента. 2008. Т. 6. № 1. С. 25-26.
5. Гармаш А.М. Низкий уровень предпринимательской культуры как одна из причин предпринимательской преступности // Пробелы в российском законодательстве. 2012. № 5. С. 143-146.
6. Глухих П.Л. Основы предпринимательства: учеб. пособие. Екатеринбург: Урал.гос. пед. ун-т, 2014. 140 с.
7. Государственная поддержка МСБ - Портал Информация о Финляндии. Режим доступа: http://www.infofin.ru/p_23.php
8. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 06.04.2015)
9. Друкер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы / пер. с англ. М.: Book chamber intern., 1992. 351 с.
10. Ендовицкий Д.А. Бухгалтерский и налоговый учет на малом предприятии: науч. издание. М.: КНОРУС, 2006. С. 21.
11. Зверев А. Меры государственной поддержки малых и средних предприятий в Германии // Экономист. 2009. № 9. С.12-13.
12. Иванов В.В., Штурбабина Ю.С. Международные программы поддержки малого и среднего бизнеса // Российский внешнеэкономический вестник. 2014. № 10. С. 21-31.
13. Иванов В.В., Хан О.К. Управленческий учет для эффективного менеджмента. М.: ИНФРА-М, 2012. 208 с.
14. Избранные труды /Н.Д. Кондратьев; Международный фонд Н.Д. Кондратьева и др.; Ред. колл.: Абалкин Л.И. (пред.) и др.; сост. Ю.В. Яковец М.:

Экономика, 2002. 767 с.

15. Кабо Р., Рубин И. Народное хозяйство в очерках и картинах. Л., М.: Изд-е тов-во Книга. 1924. С. 500-501.

16. Как развивается малый бизнес за рубежом? / Торгово-промышленная палата Российской Федерации. Режим доступа: <http://www.tpp-inform.ru/news/913.html>

17. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ)

18. Корягина Т. Теневая экономика в России: истоки и статистика // *Politekonom*. 1997. № 1. С. 47.

19. Кунин В.А., Александрова Е.А. Анализ зарубежного опыта поддержки малого предпринимательства // *Российское предпринимательство*. 2011. № 1 Вып. 2 (176). С. 36-43.

20. Курс экономики: учебник. 3-е изд., доп. / Под ред. Б.А. Райзберга. М.: ИНФРА-М, 2001. 716 с.

21. Лапуста М.Г. Предпринимательство: учебник / М.Г. Лапуста [и др.]. 4-е изд. М.: ИНФРА-М, 2007. 665 с.

22. Лозовский Л.Ш. Универсальный бизнес-словарь / Л.Ш. Лозовский, Б.А. Райзберг, А.А. Рантовский. М. ИНФРА-М, 1999. 640 с.

23. Малое и среднее предпринимательство в России. 2009: стат. сб. Росстат. М., 2009. 151 с.

24. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: учеб. пособие/ под ред. проф. В.Я. Горфинкеля. М.: Вузовский учебник. ИНФРА-М, 2011. 349 с.

25. Митрофанова И.А. Налогообложение малого предпринимательства в России и за рубежом: реалии и прогнозы // *Молодой ученый*. 2012. №1. Т.1. С. 130-135.

26. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2013». СПб.: ВШЭ СПбГУ, 2014. 64 с.

27. Опыт Финляндии по вопросу государственного содействия субъектам предпринимательской деятельности в доступе к финансово-кредитным ресурсам / Центр аналитического и методологического сопровождения, исследование, 2013. Режим доступа: <http://www.agency-ako.ru/foreign/finnvera/>

28. Постановление Совета Министров СССР от 08.08.1990 г. № 790 «О мерах по созданию и развитию малых предприятий» // *СП СССР*, 1990. № 19. С. 101.

29. Постановление от 29.11.1920 г. // *Собрание узаконений и распоряжений Рабочего и крестьянского правительства*. 1920. № 93. С. 512.

30. Предпринимательские связи и договоры (контракты) / И.Р. Шегельман. Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2006. 292 с.

31. Приказ Минэкономразвития России от 19.02.2015 № 74 «Об утверждении основных положений Стратегии развития Национальной гарантийной системы поддержки малого и среднего предпринимательства на

период до 2020 года»

32. Розенберг Д.М. Бизнес и менеджмент. Терминологический словарь / М. Розенберг. М.: ИНФРА-М, 1997. 463 с.

33. Симчер В.М., Соколин В.Л., Шевяков А.Ю. К построению долговременных исторических рядов социально-экономического развития России // Экономическая наука современной России. 2001. Экспресс-выпуск № 6. С. 7-26.

34. Совершенствование государственной поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП) в Японии в 2000-2010 гг. // Глобальный информационно-аналитический центр. Режим доступа: <http://www.giac.ru/>

35. Сплошное федеральное статистическое наблюдение 2011 «Малый бизнес большой страны». Режим доступа: <http://sploshnoe-nabludenie.ru/>

36. Справка о развитии сектора малого и среднего предпринимательства в Германии. 29.11.2013 / Минэкономразвития России. Портал внешнеэкономической информации. Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/rus_export/partners_search/torg_exp/?action=showproduct&id=4229/

37. Сравнительный анализ систем и инструментов поддержки малого предпринимательства в 5 странах // Проект «Экономическое оздоровление и создание рабочих мест» в рамках программы партнерства между DFID и Правительством Нижегородской области. Н. Новгород, 2006. С. 37-49.

38. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2010-2015 гг. и период до 2020. Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru/ministry/strategic/sectoral/9>

39. Сютин С. Антикризисные меры Китая по развитию малых и средних предприятий // Регион: экономика и социология. 2010. № 2. С. 7-11.

40. Томилов В.В., Песоцкая Е.В. Маркетинг в системе предпринимательства. СПб.: Геликон Плюс, 2000. 520 с.

41. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 30.03.2015, с изм. от 18.05.2015) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»

42. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014)

43. Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 06.04.2015) «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»

44. Федеральные округа России. Региональная экономика: учеб. пособие / под ред. В.Г. Глуковой, Б.А. Симагина. 3-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2013. 360 с.

45. Финк Т.А. Малый и средний бизнес: зарубежный опыт развития // Молодой ученый. 2012. №4. С. 177-181.

46. Франовская Г.Н. Малый бизнес: учеб. пособие. Воронеж.: ИПЦ Воронеж. гос. ун-та, 2007. 182 с.

47. Хазиев Р.А. Централизованное управление экономикой на Урале в 1917-1921 гг.: Хаос, контроль и стихия рынка. М.: РОССПЭН, 2007. 232 с.
48. Хазрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха: пер.с англ.М. Прогресс, 1991. С. 453.
49. Шепелев С. Государственная поддержка малого предпринимательства за рубежом // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. Режим доступа: <http://jurnal.org/articles/2008/ekon46.html>
50. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.,1982. 455 с.
51. Baar K., Institute for Transportation and Development Policy (ITDP), Legislative tools for preserving town centres and halting the spread of hypermarkets and malls outside of cities. 2008. New-York; Competition and price regulations// The Economist Intelligence Unit. 2011. Режим доступа: www.economist.com/topics/italy
52. ChinaSMEOnline. Режим доступа: www.sme.gov.cn
53. Finnvera. Режим доступа: <http://www.finnvera.fi/eng/Finnvera>
54. KfWGroup. Режим доступа: <https://www.kfw.de/KfWGroup/About-KfW/>
55. Organization for SME and Regional Innovation of Japan. Режим доступа: <http://www.smrj.go.jp>
56. Poole R., Clarke G., Clarke D. Growth, Concentration and Regulation in European Food Retailing // European Urban and Regional Studies. 2012. С. 167-186.
57. The China Center for Business Cooperation & Coordination. Режим доступа: www.usachinatrade.org/en04.html
58. SBA, Frequently Asked Questions, Advocacy: the voice of small business in government. Режим доступа: <http://www.sba.gov/advo/stats/sbfaq.pdf>
59. Закон Поепа (Loi № 73-1193 du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat). Journal Officiel. Режим доступа: <http://archives.assemblee-nationale.fr/>
60. Закон Raffarina (Loi n№ 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat). Режим доступа: <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/>
61. Закон Bersani (Bersani Law). Italy Magazine. 2007. Режим доступа: <http://www.italymagazine.com/community/post/decreto-visco-bersani-found-violateeu-directive>

ГЛАВА VI. КАПІТАЛ ЯК ОБ'ЄКТ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ[©]

У сучасному бізнес-середовищі головною домінантою продуктивного функціонування та сталого економічного розвитку підприємств торгівлі є капітал. Його ефективне формування та використання забезпечує фінансову стабільність господарської діяльності, і вимагає своєчасних та коректних дій управлінського персоналу з питань визначення потреби в капіталі, вибору джерел його формування й раціонального розміщення в активах, коригування фінансової ідеології на основі сучасних методів і прийомів управління.

Результативність управлінських рішень в сфері капіталу підприємств торгівлі обумовлюється наявністю релевантної інформації про розмір і склад коштів, що вкладені в бізнес. У контексті забезпечення найбільш повного задоволення інформаційних потреб власників й керівництва торгового підприємства актуальним є з'ясування економічної сутності капіталу та його складових як специфічних об'єктів обліково-аналітичної системи, їх систематизації з різним ступенем деталізації.

Аналіз представлених у вітчизняній та зарубіжній економічній літературі дефініцій категорії «капітал підприємства» дозволив встановити, що на сьогоднішній день відсутній єдиний підхід до її трактування (рис. 1).



Рис. 1 – Аналіз дефініцій «капітал підприємства» у сучасній вітчизняній та зарубіжній економічній літературі

[©] Кащенко Н.Б., Сідорова Т.А., Чміль Г.Л., Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків, Україна

Найпоширенішим тлумаченням категорії «капітал підприємства» (21,0 % з 19 досліджених літературних джерел) є його визначення як джерела власних і позикових засобів, авансованих в активи підприємства [7, с. 299; 20, с. 4; 53, с. 184; 54, с. 13].

Деяко нижча (15,8 %) частка визначень капіталу підприємства як ресурсів, економічних благ та цінностей, здатних приносити дохід [25, с. 152; 28, с. 4; 38, с. 3], або як коштів (грошових, матеріальних, нематеріальних) для формування активів [16, с. 12; 19, с. 97; 49, с. 131].

Однаковими у відсотковому співвідношенні (10,5 %) є погляди дослідників на трактування категорії «капітал підприємства» як: грошей (вартості), задіяних в обороті для одержання доходу [58, с. 28; 4, с. 29]; фінансових ресурсів, залучених в господарську діяльність з метою отримання доходу [30, с. 220; 47, с. 277]; майна (активів), що визначають його цінність. [6, с. 134; 52, с. 212].

Найменші у кількісному вираженні частки (5,3%) складають надані сучасними науковцями визначення капіталу підприємства як: інвестиційних ресурсів, що залучені у виробництво з метою отримання доходу [3, с. 54]; чистої вартості активів [46, с. 51]; категорії, що виражає економічні відносини з приводу цінностей, здатних приносити дохід [57, с. 155].

Не дивлячись на відмінність трактувань категорії «капітал підприємства», погляди науковців схожі в тому, що він відображає здатність приносити дохід. Основними характеристиками капіталу, на думку значної кількості дослідників [3, с. 54; 7, с. 299; 25, с. 152; 30, с. 220; 54, с. 13; 57, с. 153; 58, с. 28;] є:

- необхідна умова організації та здійснення підприємницької діяльності;
- основний фактор виробництва, який поєднує всі фактори виробництва у єдиний виробничий комплекс;
- фінансові ресурси підприємства, які приносять дохід;
- відображає процес створення, розподілу, використання та відтворення ресурсів;
- основа для формування основних і оборотних активів підприємства;
- головне джерело утворення багатства інвесторів підприємства і формування добробуту його найманих працівників та власників у майбутньому;
- барометр рівня ефективності господарської діяльності підприємства;
- головний вимірник ринкової вартості підприємства;
- формується під впливом фактора часу і чинників зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства.

Зазначене підкреслює особливість категорії «капітал підприємства» і свідчить про її двоїсту сутність, яка пов'язана з економічною та юридичною (правовою) природою формування та функціонування капіталу. З одного боку капітал – це господарські ресурси (майно, активи) підприємства, що використовуються в процесі їх діяльності для отримання економічної вигоди (чистого доходу від реалізації) – активний капітал. З іншого боку, капітал – це сукупність юридичних відносин, з приводу фінансування організації за рахунок джерел господарських ресурсів, що знаходяться у власності чи під її контролем – пасивний капітал [27, с. 154]. Активний капітал по суті представляє собою сукупність основних (матеріальних та нематеріальних) і оборотних засобів

підприємства, а пасивний – сукупний власний і запозичений (взятий у борг) капітал, необхідний для здійснення його фінансово-господарської діяльності [44]. Отже, капітал торговельного підприємства для об'єктивного його відображення в обліку, а також з метою подальшого здійснення контрольних та аналітичних процедур оцінки його наявності й ефективності використання слід розглядати як з позиції майна (активів) підприємства, так і з позиції джерел утворення майна (активів) підприємства, ураховуючи при цьому специфіку торговельної діяльності.

Апріорі господарська діяльність підприємств торгівлі пов'язана із продовженням процесу суспільного відтворення продукту у сфері обігу, і спрямована на придбання (постачання), транспортування, зберігання, передпродажну підготовку (сортування, фасування, маркування тощо) продовольчих і непродовольчих товарів з метою їх подальшої реалізації безпосередньо кінцевим споживачам, що спричиняє збільшення вартості товарів і забезпечує отримання економічних вигід. При цьому, функціонально і технологічно підприємства торгівлі здійснюють тільки операції з купівлі-продажу товарів та послуг. Отже, головна особливість діяльності підприємств роздрібною торгівлі полягає у завершенні товароруку у сфері обігу і в тому, що вони є одночасно продавцями і товарів і торговельних послуг, якість яких визначає конкурентні позиції підприємств в свідомості споживачів і формується під впливом об'єктивних та суб'єктивних чинників оточуючого середовища.

Забезпечення ефективної торговельної діяльності підприємств роздрібною торгівлі уможливорюється наявним капіталом (активний та пасивний) у розрізі його видів та структури. Загальний рух капіталу в процесі його відтворення в роздрібній торгівлі уособлюють органічно взаємопов'язані та взаємообумовлені господарські процеси (придбання (постачання), зберігання та передпродажна підготовка, реалізація товарів). Їх безперервна зміна відображає перетворення капіталу в процесі його кругообігу із грошової (Г) форми у товарну (Т) і знов у грошову (Г') форму, що представляється наступною моделлю:

$$G \Rightarrow T(Poz + Pna + Pmr + Ptp)...ЗПП...T' \Rightarrow G', \quad (1)$$

де Г – авансований власний і запозичений капітал;

$T(Poz+Pna+Pmz+Ptp)$ – придбані засоби і предмети праці (основні засоби, нематеріальні активи, товарні запаси), найнята робоча сила (трудова ресурси);

ЗПП – процес зберігання і передпродажної підготовки товарів;

T' – товар, що містить новостворену вартість;

G' – грошові кошти, отримані від продажу товарів, що включають певну величину авансованого капіталу і додану частину вартості.

Рух капіталу починається в сфері обігу у формі грошового капіталу (власного чи запозиченого), який авансується в активний капітал, насамперед, у формування ресурсів – основних засобів, нематеріальних активів, товарних запасів та робочої сили, необхідних для здійснення господарської діяльності

підприємства, і тим самим перетворюється у товарну форму. Ці ресурси в подальшому використовуються у процесі реалізації і сервісного обслуговування споживачів, а їх вартість включається до складу поточних витрат операційної діяльності підприємства. «Вартість основних засобів і нематеріальних активів, що входять до групи необоротних, переходить на поточні витрати частинами шляхом нарахування амортизації» [11]. Вартість реалізованих товарних запасів, що представляють групу оборотних активів, включається до собівартості реалізованих товарів, а оплата праці працівників торгового підприємства знаходить відображення у складі адміністративних витрат та витрат на збут. Після реалізації товарів, коли з обороту вибувають використані ресурси (витрати) і надходять грошові кошти в обмін на продані товари (доходи), капітал знову набуває грошової форми, і його цикл поновлюється.

Початок обороту активного капіталу на стадіях створення та ефективного функціонування торгового підприємства забезпечується наявністю власного й запозиченого капіталу. Власний капітал являє собою суму вкладених засновниками і додатково отриманих та створених (зароблених) в процесі господарської діяльності підприємства коштів, і представлений статутним, резервним, додатковим капіталом (капітал у дооцінках, дарчий капітал, інший додатковий капітал) та нерозподіленим прибутком. «Приріст власного капіталу забезпечується постійним оборотом активного капіталу, на завершальній стадії якого і формується прибуток у вигляді перевищення «Доходів», одержаних від реалізації продукції над «Витратами», що представляють вартість використаних для виробництва і реалізації продукції господарських засобів. В даному випадку, прибуток розглядається як зароблена частина власного капіталу» [11]. Запозичений капітал по суті є зобов'язаннями підприємства, що виникають в процесі його господарської діяльності, і призводять до відтоку грошових коштів в момент настання терміну оплати. До цього терміну господарські засоби (в частині зобов'язань, що виникли) тимчасово знаходяться в обороті підприємства і представлені фінансовими зобов'язаннями перед позикодавцями (банком – за отримані кредити, облігацонерами – за облігаційною позикою тощо) та кредиторами (постачальниками – за поставлені матеріальні цінності, працівниками – за заробітною платою, бюджетом – за податками тощо). Зобов'язання перед позикодавцями являють собою позиковий капітал, а перед іншими кредиторами – залучений капітал.

Всі зміни, що відбуваються з капіталом торговельного підприємства в процесі його кругообігу, відбиваються на рахунках бухгалтерського обліку, а його стан (у грошовій оцінці) на певний момент часу знаходить двостороннє відображення в балансі (звіті про фінансовий стан підприємства). В процесі аналізу актив балансу дозволяє судити про те, які ресурси (або який капітал) використані в господарській діяльності підприємства, а пасив – за рахунок чіїх коштів (або якого капіталу) вони сформовані. В загальному вигляді обліково-аналітичну інтерпретацію руху капіталу і відображення його в балансі підприємства торгівлі надається можливим представити у вигляді відповідної

концептуальної моделі (рис. 2).

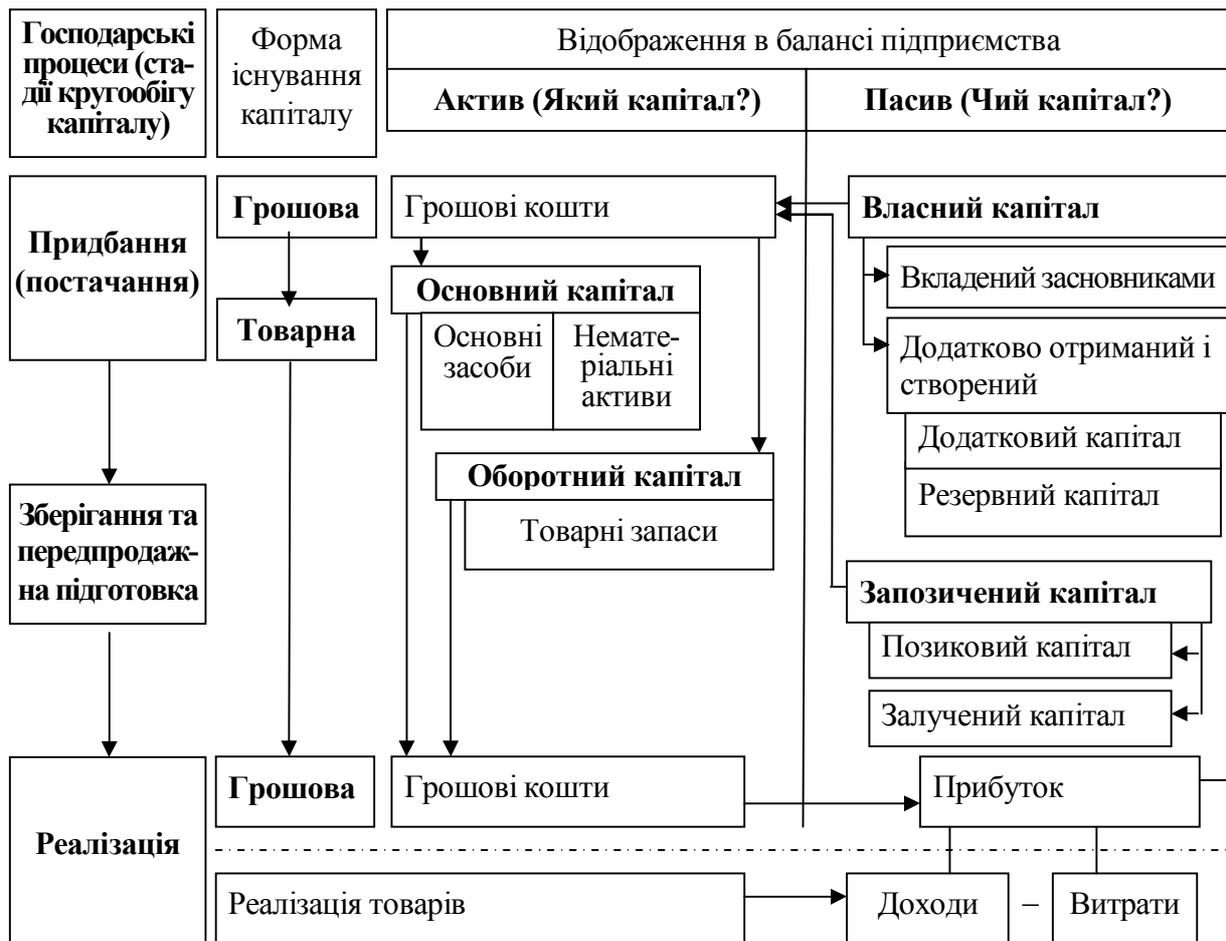


Рис. 2 – Концептуальна модель обліково-аналітичної інтерпретації руху капіталу і відображення його в балансі торговельного підприємства

Представлена модель узагальнено розкриває обліково-аналітичний підхід до розуміння сутності та змісту категорії «капітал підприємства» в інформаційній системі суб'єкта господарювання, що одночасно відображає його економічну та юридичну природу. Поданий підхід не суперечить концептуальним основам теорій капіталу та враховує відносини права власності (володіння, користування та розпорядження) на майно.

Оскільки зовнішні та внутрішні взаємовідносини торговельного підприємства щодо його започаткування та подальшого сталого економічного розвитку базуються на формуванні та ефективному використанні фінансових ресурсів, зосередимо увагу на капіталі як джерелі фінансування активів підприємства.

Ретельний аналіз наукових праць провідних сучасних дослідників з позиції визначення джерел формування майна підприємства як специфічних об'єктів облікової системи та їх видів свідчить про відсутність єдиного підходу до трактування складових капіталу підприємства, які відображаються у пасиві балансу (звіту про фінансовий стан). Так, більшість науковців у складі джерел

формування майна виокремлюють власний і позиковий (позичковий) капітал [12; 15, с. 146; 26, с. 243; 33, с. 44; 38, с. 179]. Крім означених складових інші вчені виділяють також залучений капітал. Такий підхід до структурування капіталу підприємств з позиції джерел формування його активів вважаємо найбільш вдалим, і підтримуємо думку Т.А. Черемісової, яка зазначає, що «власний капітал належить підприємству на правах власності, залучений – не належить підприємству, але знаходиться у його розпорядженні тимчасово на безоплатній основі, а позиковий – не належить підприємству, але підлягає поверненню зі сплатою відсотків» [57, с. 154]. В той же час у деяких з досліджених наукових праць автори виділяють лише власний і залучений капітал [1, с. 132; 8 с. 62]. При цьому залучений капітал по суті ототожнюється ними з позиковим, оскільки трактується як грошові кошти та інші майнові цінності, що залучаються підприємством для фінансування його розвитку на поворотній основі, і по суті характеризують фінансові зобов'язання, які підлягають погашенню у визначені терміни [8, с. 62].

З метою усунення виявлених розбіжностей видового складу та підвищення якості інформації про капітал, яка формується в системі бухгалтерського обліку і відображається в пасиві балансу підприємства, та в подальшому використовується для економічного аналізу і управління капіталом, пропонуємо у складі джерел формування майна підприємств торгівлі виокремлювати власний та запозичений (взятий у борг на певних умовах) капітал.

Запозичений капітал по суті є зобов'язаннями підприємства, що утворюються у процесі взаємодії з іншими суб'єктами господарювання (банками, кредиторами тощо), державою та працівниками підприємства щодо виконання контрактних домовленостей на певних умовах (договір позики, кредитний договір, договір на поставку товарів, контракт тощо). Відтак під запозиченим капіталом торговельного підприємства слід розуміти загальну суму джерел фінансування активів, що не належать підприємству на правах власності, але тимчасово використовуються в процесі його діяльності і підлягають обов'язковому поверненню на певних умовах. Розмір цих джерел визначатиметься алгебраїчною сумою зобов'язань, що підлягають виконанню контрактних домовленостей на умовах позики (позиковий капітал) та на інших умовах залучення (залучений капітал) (рис. 3).

Вважаємо, що подібне структурування капіталу підприємства торгівлі є умотивованим з точки зору відносин власності та наявності різних умов виконання зобов'язань за запозиченими коштами, і дозволить забезпечити об'єктивне відображення у звітності та накопичення потрібних для управління даних про капітал підприємства, а саме – про розмір капіталу, що належить підприємству на правах власності, та розмір капіталу, що не належить підприємству, але тимчасово використовується в процесі його господарської діяльності, і потребує виконання зобов'язань щодо його повернення згідно певних контрактних домовленостей.



Рис. 3 – Запропонована структуризація видового складу капіталу торговельного підприємства

Враховуючи вищевикладене і приймаючи до уваги особливості функціонування підприємств роздрібної торгівлі в конкурентному середовищі пропонуємо під капіталом торговельного підприємства розуміти сукупність власних і запозичених фінансових ресурсів, які авансовані у формування майна (активів) і задіяні у торговельній діяльності та формуються під впливом внутрішнього й зовнішнього середовища, забезпечуючи фінансову рівновагу підприємства в поточному та довгостроковому періодах його розвитку.

Розглянемо більш докладно складові капіталу торговельного підприємства та їх класифікацію для потреб обліку та аналізу.

На законодавчому рівні власний капітал трактується з позиції чистих активів, тобто як частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [34]. Аналогічним чином інтерпретують власний капітал і окремі вчені, додаючи при цьому, що ця частина майна профінансована за рахунок коштів власників [54, с. 13; 17].

Як загальну вартість коштів підприємства, які належать йому на правах власності і використовуються для формування певної частини його активів та одержання прибутку визначає власний капітал О. І. Пилипенко [39, с. 8]. Дане визначення поглиблюється дефініціями категорії «власний капітал», що надані групою дослідників [9, с. 56; 48, с. 85; 60, с. 190], які акцентують увагу на тому, що власний капітал являє собою джерела власних фінансових ресурсів підприємства, що сформовані за рахунок внесків засновників та додатково створених власних коштів (прибутку, резервів тощо), і не мають визначеного терміну повернення.

На нашу думку всі наведені трактування є цілком припустимими, оскільки визначають сутність власного капіталу в контексті джерел його створення та зобов'язань щодо власників підприємства. Однак для цілей бухгалтерського обліку та економічного аналізу визначення цієї категорії потребує уточнення через призму кругообігу капіталу в процесі господарської діяльності, його економічної і правової сутності. Відтак, під власним капіталом

підприємства, зокрема торгівлі, слід розуміти загальну суму власних джерел фінансування активів, які по праву належать підприємству і сформовані за рахунок внесків власників та додатково створених й отриманих в процесі господарської діяльності власних засобів підприємства.

Формування в бухгалтерському обліку повної та достовірної інформації про склад і структуру власного капіталу забезпечується науково-обґрунтованою класифікацією його складових. Представлені в економічній літературі методичні підходи до класифікації власного капіталу [5; 10; 14, с. 39; 29; 39, с. 11] свідчать, що основними ознаками розподілу складових власного капіталу підприємств, зокрема роздрібною торгівлі, в переважній більшості розглянутих нами праць сучасних дослідників є:

– форма або економічна природа власного капіталу, згідно з якими автори виокремлюють інвестований (вкладений або сплачений) капітал, нерозподілений прибуток, подарований капітал, отриманий безоплатно та зароблений протягом звітного періоду. Дана ознака «дозволяє визначити частину капіталу, який був інвестований засновниками, одержаний безоплатно, зароблений протягом звітного періоду» [14, с. 39];

– рівень відповідальності, згідно з яким виділяють статутний капітал (zareєстрований) та додатковий капітал, або капітал, закріплений в установчих документах та капітал нерегламентований як обов'язковий [29], що відображає дотримання вимог законодавства.

Крім зазначених класифікаційних ознак класифікації Р.В. Варичева [14 с. 39] виділяє такі як: організаційно-правова форма підприємства (складений, пайовий, статутний), рівень оплати оголошеного капіталу (оплачений, неоплачений), мінливість (постійний, змінний), ступінь прозорості для зовнішніх користувачів (розрахунковий, номінальний) та структура внесків до статутного капіталу (фізичний, фінансовий, інтелектуальний).

На наш погляд, усі ці класифікаційні ознаки мають право на життя як у практичному плані, так і в науковому, оскільки дозволяють детально структурувати власний капітал для потреб обліку та аналізу. Разом з тим, вони потребують уточнення (відповідно до вищенаведеної трактовки власного капіталу) та більш чіткої конкретизації, оскільки одні й ті ж самі види капіталу різними авторами відносяться до різних груп, а окремі запропоновані ознаки (наприклад, ступінь прозорості для зовнішніх користувачів та мінливість), на нашу думку, не є пріоритетними для формування управлінської інформації про власний капітал в обліково-аналітичній системі підприємства.

Вважаємо, що достатньо повно задовольнить потреби управління власним капіталом торговельних підприємств, дозволить інформація, яку сформовано за такими ознаками як: елементи, що знаходять відображення в балансі; організаційно правова форма підприємства; джерела формування в процесі господарської діяльності; натурально-речовинна форма внесків; стан оплати власниками.

Запозичені джерела фінансування активів торговельного підприємства за наданим вище визначенням представлені позиковим і залученим капіталом. Доцільність виокремлення у складі запозиченого капіталу позикового і

залученого, що обґрунтована наявністю різних умов виконання зобов'язань за контрактними домовленостями щодо запозичених коштів, посилюється потребами ідентифікації для обліку, контролю і аналізу елементів фінансових ресурсів, що не належать підприємству, але тимчасово використовуються в процесі торговельної діяльності, з метою контролю операцій із виникнення і своєчасності погашення зобов'язань за ними, аналізу вартості позикових і залучених коштів, вибору оптимальних джерел фінансових ресурсів для розширення діяльності, удосконалення організаційних та методичних положень відображення в обліку та звітності різних за характером зобов'язань підприємства, методичного інструментарію аналізу і контролю руху коштів, що не належать підприємству на правах власності.

Дослідження економічної суті поняття «позиковий капітал», що надається сучасними науковцями [30, с. 243; 31, с. 44; 41, с. 229; 45, с. 442; 59, с. 217] виявило, що більшість з них трактують позиковий капітал як кошти, що залучаються для формування активів підприємства у грошовій чи натуральній формі на основі строковості, поверненості і платності. Виходячи з цих критеріїв О.О. Зеленіна обґрунтовує склад позикового капіталу і зазначає, що «до елементів позикового капіталу відносяться кредити, облігаційні позики, кошти, отримані внаслідок факторингових операцій, фінансовий лізинг, та поворотна фінансова допомога» [23, с.194].

Інші науковці [46, с. 103; 45, с. 442] визначають позиковий капітал як грошові кошти, отримані за рахунок банківських кредитів, позик, емісії цінних паперів (облігацій, векселів чи закладних), фінансової допомоги та сум, отриманих з інших зовнішніх джерел під заставу на конкретний термін, на визначених умовах під які-небудь гарантії.

Ми підтримуємо точку зору більшості науковців і вважаємо, що позиковий капітал являє собою кошти, позичені для формування активів підприємства на поворотній основі. Основними характеристиками позикового капіталу є: тимчасове використання в процесі господарської діяльності та виникнення фінансових зобов'язань щодо виконання контрактних домовленостей за договорами позики на умовах строковості, поверненості і платності. Іншими словами, позиковий капітал підприємства торгівлі – це кошти, що залучаються для фінансування його активів у вигляді кредитів, облігаційних позик, факторингу, фінансової допомоги та лізингу, і використання яких пов'язане з виконанням фінансових зобов'язань щодо сплати відсотків та повернення основної суми боргу у визначений термін.

Для ефективної організації бухгалтерського обліку позикового капіталу торговельного підприємства необхідна систематизація його складових за певними ознаками. Дослідження цього питання виявило, що в сучасній економічній літературі наводиться значна кількість класифікаційних ознак, які доволі часто не обґрунтовують місце визначених видів позикового капіталу підприємства у поєднанні з методологією бухгалтерського обліку та економічного аналізу. Вважаємо, що найбільш вдалою в цьому контексті є класифікація, що представлена О.О. Зелениною, яка для потреб обліку пропонує систематизувати позиковий капітал за:

- валютою надання (в національній та іноземній валюті);
- умовами надання (з відсотками і без відсотків);
- строками (довготерміновий та короткотерміновий);
- видами (кредити банківських фінансово-кредитних установ, кредити небанківських фінансово-кредитних установ, облігації, фінансовий лізинг, позика, кредити держави);
- забезпеченням (забезпечений та незабезпечений) [22, с. 102].

Однак з метою оцінки в процесі аналізу ефективності використання активів підприємств торгівлі, які сформовані за рахунок позикових коштів, вважаємо за доцільне розширити цю класифікацією ознакою мети залучення, згідно з якою розрізняти капітал, призначений для формування необоротних активів та оборотних активів відповідно. Крім того, пропонуємо уточнити видовий склад позикового капіталу за елементами (видами), і надати його у такому трактуванні складових: кредити, позики, зобов'язання за облігаціями, зобов'язання з фінансової оренди, поворотна фінансова допомога, факторинг, фінансовий лізинг. Доцільність такого угруповання обґрунтовується визначеними раніше характеристиками позикового капіталу і наявністю відповідних рахунків для організації їх обліку у діючому Плані рахунків та Інструкції до нього [40; 24].

Поряд із позиковим другою складовою запозиченого капіталу підприємства нами виділено залучений капітал. З'ясування наявних в сучасній літературі поглядів науковців щодо інтерпретації терміну «залучений капітал» дозволило виявити різноплановість їх поглядів на цю категорію. Так, Г.П. Ляшенко [31, с. 91] ототожнює залучений капітал з позиковим, а А.Г. Загородній та Г.О. Партин до його складу відносять забезпечення подальших виплат платежів, довгострокові зобов'язання, поточні зобов'язання, доходи майбутніх періодів [21, с. 24]. Вважаємо, що це є не зовсім коректним, оскільки довгострокові та поточні зобов'язання, що виконуються на умовах строковості, поверненості і платності, по суті є елементами позикового капіталу. Як кошти, отримані у тимчасове використання іншими фізичними та юридичними особами, що підлягають обов'язковому поверненню, визначає залучений капітал Т.М. Сторожук [50, с. 67]. На обов'язковому поверненні коштів, що надійшли на підприємство від інших кредиторів, наполягають також М.М. Юхимук та О.М. Полінкевич, які акцентують увагу на такій характеристиці залученого капіталу як «поверненість, але платність та строковість відсутні» [59, с. 217]. З цим можна погодитись лише частково, оскільки навіть виконання зобов'язань за розрахунками з кредиторами за товари (роботи, послуги), бюджетом чи працівниками підприємства мають відбуватись у визначені терміни. Відтак, вважаємо, що єдиною характерною ознакою, яка вирізняє залучений капітал від позикового, є необов'язковість плати за ним у вигляді відсотків із загальної суми коштів, що надійшли від кредиторів. Г.О. Крамаренко та О.Є. Чорна визначають залучений капітал як частину коштів підприємства, призначену для погашення короткострокових зобов'язань, але тимчасово використовувану в господарському обороті [30, с. 321]. До складу таких коштів окремі науковці відносять, як правило, частину зобов'язань

підприємства, а саме: кредиторську заборгованість (за товари, продукцію та послуги; за розрахунками – із заробітної плати і нарахувань на неї; з бюджетом за податками і зборами; за одержаними авансами; зі страхування; із внутрішніх розрахунків; з учасниками тощо); кошти інших кредиторів, які надаються підприємствам у позику під певний (обумовлений) відсоток на термін до одного року з оформленням векселя чи іншого боргового зобов'язання; забезпечення наступних витрат і платежів; доходи майбутніх періодів та інші зобов'язання [41, с. 275; 2, с. 25].

Зважаючи на викладене, під залученим капіталом торговельного підприємства, зокрема роздрібною торгівлю, слід розуміти кошти інших господарюючих суб'єктів, працівників і держави, які тимчасово використовуються для фінансування активів, і є зобов'язаннями підприємства, що мають бути виконані в установленій термін. В більшості своїй це поточні зобов'язання підприємства, а також інші види зобов'язань, що не можуть бути віднесені до складу позикового капіталу підприємства.

Формування достовірної інформації про обсяги, строки та умови тимчасового залучення в господарський оборот підприємств, зокрема роздрібною торгівлю, коштів інших фізичних і юридичних осіб, організації їх належного контролю та аналізу стану, трансформації й ефективності використання, забезпечується розмежуванням за певними класифікаційними ознаками зобов'язань за ними.

Дослідження представлених у працях науковців сучасності уніфікованих підходів до класифікації зобов'язань, які враховують специфіку заборгованості за залученими коштами та дозволяють формувати інформацію про них в потрібних аналітичних розрізах та звітності, виявило, що більшість науковців [13, с. 564; 36, с. 375; 51, с. 467; 42, с. 216; 55; 37, с. 169] пропонують розподіляти їх за об'єктами, які передбачені П(С)БО 11 «Зобов'язання» [34] та діючим Планом рахунків бухгалтерського обліку [40]. Окремі автори при цьому наводять інші класифікаційні ознаки, які забезпечують можливість характеристики зобов'язань з позиції:

- економічного змісту (товарна заборгованість, нетоварна заборгованість) [42, с. 216];
- підстав виникнення (договірні, позадоговірні) [13, с. 564; 55; 37, с. 134; 43, с. 165];
- часу виникнення (теперішні, майбутні) [13, с. 564; 55; 43, с. 165];
- забезпеченості (забезпечені, незабезпечені) [13, с. 564; 55; 43, с. 165; 32, с. 134];
- складності (прості, складні) [13, с. 564; 55; 43, с. 165; 32, с. 134];
- форми залучення (грошові, товарні) [42, с. 216; 55; 37, с. 169];
- строку погашення (обмежені у часі, безстрокові) [13, с. 564; 55; 32, с. 134; 43, с. 165; 37, с. 169];
- терміну погашення (довгострокові, поточні, середньострокові) [13, с. 564; 35, с. 265; 42, с. 216; 55; 43, с. 165];
- способу погашення (монетарні, немонетарні) [13, с. 564; 55; 43, с. 165; 37, с. 169];

– виду діяльності (операційні, фінансові, зобов'язання, які виникли внаслідок іншого виду діяльності) [42, с. 216; 55].

В той же час, в існуючих класифікаціях відсутні такі важливі, як на нашу думку, ознаки, що дозволять формувати певну, доволі важливу інформацію (а саме про строк, на який залучаються кошти; умови погашення зобов'язань та їх виконання; період протягом якого мають бути виконані зобов'язання за залученими коштами), яка використовується в процесі оцінки кредитоспроможності та фінансової стійкості підприємства. В зв'язку з цим вважаємо, що для потреб обліку і аналізу залученого капіталу підприємств, зокрема роздрібною торгівлі, зобов'язання за залученими коштами мають бути систематизовані за елементами (об'єктами зобов'язань), що відображаються в балансі; строком залучення; періодом погашення та ступенем виконання умов погашення.

Вищевикладені пропозиції, що стосуються уточнення понятійно-категорійного апарату щодо економічної сутності складових капіталу підприємств торгівлі та ознак їх класифікації як об'єктів обліку і аналізу, представлені на рис. 4.

<p>КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА – сукупність власних і запозичених фінансових ресурсів, які авансовані у формування майна (активів) і задіяні у торговельній діяльності та формуються під впливом внутрішнього й зовнішнього середовища, забезпечуючи фінансову рівновагу підприємства в поточному та довгостроковому періодах його розвитку.</p>	
<p>Власний - загальна сума власних джерел фінансування активів, які по праву належать підприємству і сформовані за рахунок внесків власників та додатково створених й отриманих в процесі діяльності власних коштів</p>	<ul style="list-style-type: none"> - за елементами, що знаходять відображення в балансі:* (зарєєстрований (пайовий капітал); капітал у дооцінках; додатковий капітал; резервний капітал; нерозподілений прибуток (непокритий збиток); неоплачений капітал; вилучений капітал); - за джерелами формування в процесі господарської діяльності:* (капітал власників (засновників); створений в процесі діяльності; отриманий в процесі діяльності); - за організаційно-правовою формою підприємства: (акціонерний; пайовий; приватний); - за станом оплати власниками (засновниками): (оплачений; неоплачений); - за натурально-речовинною формою внесків власників (засновників):* (грошовий; фінансовий; матеріальний; нематеріальний); - за характером реалізації прав власників: * (сформований за рахунок привілейованих акцій; сформований за рахунок простих акцій; сформований за рахунок пайових внесків).
<p>Запозичений - загальна сума джерел фінансування активів, які не належать підприємству на правах власності, але тимчасово використовуються в процесі його діяльності і підлягають обов'язковому поверненню на певних умовах</p>	<p>Позиковий – кошти, що залучаються для фінансування його активів у вигляді кредитів, облігаційних позик, факторингу, фінансової допомоги та лізингу, і використання яких пов'язане з виконанням фінансових зобов'язань щодо сплати відсотків та повернення основної суми боргу в визначений термін</p> <ul style="list-style-type: none"> - за елементами (видами):* (кредити; позики; зобов'язання за облигаціями; зобов'язання з фінансової оренди; поворотна фінансова допомога; факторинг); - за метою позики: * (позичений для формування необоротних активів; позичений для формування оборотних активів); - за строками позики: (довгостроковий; короткостроковий); - за забезпеченням: (забезпечений; незабезпечений); - за валютою надання: (в національній валюті; в іноземній валюті); - за умовами надання: (з відсотками; без відсотків).
<p>Залучений – кошти інших господарюючих суб'єктів, працівників і держави, які тимчасово використовуються для фінансування зобов'язань підприємства, що мають бути виконані</p>	<ul style="list-style-type: none"> - за елементами (об'єктами зобов'язань), що відображаються в балансі: * (векселя видані; кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги; поточна заборгованість за розрахунками (з отриманих авансів, з бюджетом, з позабюджетних платежів, зі страхування, з оплати праці, з учасниками, з внутрішніх розрахунків); забезпечення (на виплату відпусток працівникам, додаткове пенсійне забезпечення, виконання гарантійних зобов'язань тощо); доходи майбутніх періодів; інші поточні зобов'язання; непередбачені зобов'язання; - за строками залучення: * (залучений строком до одного року; залучений строком більше одного року) - за ступенем виконання умов погашення:* (залучені кошти термін погашення зобов'язань за якими ще не настав; залучені кошти термін погашення зобов'язань за якими виступочений; залучені кошти термін погашення зобов'язань за якими прострочений); - за періодом погашення: * (до трьох місяців; від трьох до шести місяців; від шести до дванадцяти місяців).

* – класифікаційні ознаки, уточнені і запропоновані автором

Рис. 4 – Класифікація капіталу підприємств торгівлі для потреб обліку і аналізу

Наведені пропозиції є достатньо обґрунтованими, відбивають економічну сутність та характерні особливості капіталу підприємства як джерела фінансування його активів, відповідають потребам організаційної структури управління і дозволяють сформуванню в обліково-аналітичній системі підприємства торгівлі дані про обсяги і структуру задіяного в його господарській діяльності власного, позикового та залученого капіталу у розрізах, потрібних для управління ними.

Особливої актуальності питання управління капіталом підприємства в цілому і, зокрема, окремими його складовими набувають в сучасних умовах, яким притаманні негативні тенденції розвитку національної економіки на фоні складних трансформаційних процесів (глобалізація, демонополізація, економічна інтеграція, інтернаціоналізація оптового і роздрібного секторів тощо), відсутність платоспроможного попиту, погіршення платіжної дисципліни, підвищення відсоткових ставок на позиковий капітал, наростання інфляційних процесів і кризи платежів тощо.

Дослідження сучасного стану капіталовкладень виявило, що на кінець 2013 року загальний обсяг коштів, вкладених в економіку України, склав 5712274,8 млн. грн. [18], з яких 34% припадає на промислові підприємства, 20% – на підприємства оптової та роздрібною торгівлі, по 8% – на агентства нерухомості та підприємства професійної, наукової та технічної діяльності, по 5% – сільського господарства та будівництва, на решту підприємств припадає 20% загальної суми капіталу (рис. 5).



Рис. 5 – Галузева структура видів економічної діяльності в Україні за часткою капіталу станом на 31.12.13 року (авторська розробка на підставі [18])

Із загального обсягу коштів, вкладених в економіку України більш ніж 10% припадає на підприємства всіх галузей господарства Харківської області [56]. Аналіз структури вкладених коштів за видами економічної діяльності підприємств Харківської області свідчить, що в більшості вона відображає загальну ситуацію в країні, і характеризується значною часткою вкладень у підприємства промисловості та торгівлі. Виключення складають підприємства транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, а також фінансової та страхової діяльності і діяльності в сфері адміністративного та допоміжного обслуговування, за якими питома вага вкладеного капіталу більше ніж по Україні в середньому на 4,5 %.

Необхідність подолання наслідків кризових явищ бізнес-середовища за існуючих обмежень в фінансових ресурсах висуває нові вимоги до ефективності управлінських дій персоналу підприємств торгівлі щодо капіталу, і потребує подальших наукових досліджень в цій сфері з позиції доцільності, наукової обґрунтованості та оперативності використання в управлінні обліково-аналітичної інформації.

Список використаних джерел:

1. Алексеєнко Л. Управління структурою капіталу підприємства / Л. М. Алексеєнко, Д. М. Любінецький // Наука й економіка. – 2011. – № 2 (22). – С. 132–136.
2. Аналіз і контроль в системі управління капіталом підприємства : монографія / [Є. В. Мних, А. Д. Бутко, О. Ю. Большкова та ін.]. – К. : КНТЕУ, 2005. – 230 с.
3. Бакаев А. С. Бухгалтерские термины и определения / А. С. Бакаев. – М. : Бухгалтерский учет, 2002. – 160 с.
4. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента: Как управлять капиталом / И. Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 1994. – 384 с.
5. Бернадзіковська Л. О. Особливості формування власного капіталу підприємства у вітчизняній та міжнародній економіці [Електронний ресурс] / Л. О. Бернадзіковська, І. В. Мукоїд. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-411/business-economics-and-production-management-411/11299-411-1069>.
6. Бідник О. І. Поняття капіталу підприємства та його еволюція / О. І. Бідник. // Наук. вісник Нац. лісотехнічного ун-ту України. Сер. Економіка, планування та управління в галузі. – 2007. – Вип. 17.2. – С. 131–135.
7. Біла О. Г. Фінансове планування і прогнозування : навч. посібник / О. Г. Біла. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – 312 с.
8. Бланк И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2008. – 510 с.
9. Бобяк А. П. Власний капітал підприємства, як економічна категорія, та його облік / А. П. Бобяк // Міжнародний збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 1 (19). – С. 55–58.
10. Бондаренко Т. В. Ключові ознаки структурування власного капіталу виробничого підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Бондаренко. – Режим

доступу

http://www.rusnauka.com/18_ADEN_2013/Economics/10_141958.doc.htm.

11. Бондаренко Т. В. Особливості створення вартості власного капіталу в процесі його кругообігу [Електронний ресурс] / Т. В. Бондаренко // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – Вип. 2 (10). – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_2_12.pdf.

12. Бровкова О. Г. Управління формуванням та використанням капіталу [Електронний ресурс] / О. Г. Бровкова, О. В. Мартиненко // Труды Одесского политех. ун-та. – 2002. – Вып. 1. – Режим доступу : www.library.ospu.odessa.ua/.../7-8.htm.

13. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник / [Ф.Ф. Бутинця та ін.]. – 8-ме вид., доп. і перероб. – Житомир : Рута, 2009. – 912 с.

14. Варичева Р. В. Власний капітал: функціональний підхід до трактування сутності, напрями класифікації у вітчизняній та зарубіжній практиці / Р. В. Варичева // Вісник ЖДТУ. – 2011. – № 2 (52). – С. 37–42.

15. Вівчар О. Й. Власний капітал як фінансове джерело функціонування підприємства / О. Й. Вівчар, В. М. Саварин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.5. – С. 146–151.

16. Власова Н. О. Формування оптимальної структури капіталу у підприємствах роздрібно́ї торгівлі : монографія / Н. О. Власова, Л. І. Безгінова. – Х. : ХДУХТ, 2006. – 160 с.

17. Гуренко Т. О. Сучасний погляд на власний капітал [Електронний ресурс] / Т. О. Гуренко. – Режим доступу : <http://nubip.edu.ua/sites/default/files>.

18. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

19. Економічний словник : банківська справа, фондовий ринок : українсько-англійсько-російський тлумачний словник / Л. М. Алексеєнко, В. М. Олексієнко, А. І. Юркевич [та ін.]. – К. : Максимум, 2000. – 592 с.

20. Жихор О. Б. Теоретичні аспекти щодо визначення сутності поняття «капітал підприємства» [Електронний ресурс] / О. Б. Жихор, І. М. Шматько. – Режим доступу : http://fkd.khibs.edu.ua/pdf/2011_2/25.pdf.

21. Загородній А. Г. Бухгалтерський облік: основи теорії та практики : навч. посіб. / А. Г. Загородній, Г. О. Партин. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання : КОО, 2004. – 377 с.

22. Зеленіна О. О. Класифікація позикового капіталу підприємства для цілей бухгалтерського обліку / О. О. Зеленіна // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 2 (52). – С. 99–103.

23. Зеленіна О. О. Позиковий капітал та необхідність його ідентифікації для цілей управління / О. О. Зеленіна // Вісник ЖДТУ. – 2012. – Вип. 3 (24). – С. 190–196.

24. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [Електронний ресурс] : [затв. Наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291 (зі змінами і доп.)]. – Режим доступу :

<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

25. Калашникова К. М. Економічна сутність поняття «управління оптимізацією структури капіталу підприємства» / К. М. Калашникова // Управління розвитком. – 2011. – № 1 (98). – С. 151–155.

26. Камінська Т. Г. Економічна сутність та класифікаційні характеристики капіталу підприємств / Т. Г. Камінська // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу : міжнар. зб. наук. праць. – Житомир, 2011. – Вип. 2 (20). – С. 230–245.

27. Кивачук В. С. Современное состояние теоретической базы управления кругооборотом капитала предприятия / В. С. Кивачук, И. В. Приймачук // Теоретические основы управления субъектами хозяйствования в условиях глобализации экономики : монография / [под общ. ред. В. С. Кивачука]. – Брест : Изд-во БрГТУ, 2009. – С. 148–172.

28. Кінева Т. С. Капітал підприємства як економічна категорія [Електронний ресурс] / Т. С. Кінева – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tmm/2009_33/20.pdf.

29. Королюк Т. М. Облік власного капіталу й аналіз його впливу на інвестиційну привабливість акціонерних товариств : автореф. дис. на здобуття наук. степеня канд. екон. наук : спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Т. М. Королюк. – К., 2005. – 20 с.

30. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент / Г. О. Крамаренко, О. Є. Чорна. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літ-ри, 2009. – 520 с.

31. Ляшенко Г. П. Управління капіталом підприємства : навч. посібник / Г. П. Ляшенко. – Ірпінь : Академія ДПС України, 2001. – 346 с.

32. Михайлишин Н. П. Сутність зобов'язань та їх класифікація: економічний та правовий аспекти [Електронний ресурс] / Н. П. Михайлишин // Економіка: реалії часу : [електрон. журн.]. – 2012. – № 2. – С. 130–135. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/No2/130-135.pdf>.

33. Наумова Н. В. Эффективное управление капиталом и источниками его покрытия на промышленных предприятиях региона : монография / Н. В. Наумова, Б. И. Герасимов, Л. В. Пархоменко. – Тамбов : ТГТУ, 2004. – 104 с.

34. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку і звітності [Електронний ресурс] . – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/SH000099.html.

35. Нидлз Б. Принципы бухгалтерского учета / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуелл ; пер. с англ. под ред. Я. В. Соколова. – 2-е изд. – М. : Финансы и статистика, 1993. – 496 с.

36. Орлов І. В. Система зобов'язань у праві та бухгалтерському обліку: порівняльний аспект / І. В. Орлов // Вісник Донецького нац. ун-ту економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2010. – № 4 (48). – С. 371–377.

37. Петренко Н. І. Удосконалення класифікації поточних зобов'язань для цілей бухгалтерського обліку / Н. І. Петренко // Вісник СевНТУ. Сер. Економіка і фінанси. – Севастополь, 2012. – Вип. 130/2012. – С. 166–171.

38. Петришинець Л. В. Систематизація підходів до визначення змісту та

- видів капіталу підприємства [Електронний ресурс] / Л. В. Петришинець. – Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2011_34/statti/3_13.htm.
39. Пилипенко О. І. Облік та аналіз власного капіталу: теорія і практика : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.04 / О. І. Пилипенко ; Нац. аграр. ун-т. – К., 2005. – 21 с.
40. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [Електронний ресурс] : [затв. Наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291 (зі змінами і доп.)]. – Режим доступу : <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PlanSchetov.aspx>.
41. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент : підручник / А. М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2005. – 536 с.
42. Пташник А. М. Класифікація поточних зобов'язань визнаними у праві та бухгалтерському обліку / А. М. Пташник // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 3 (53). – С. 215–217.
43. Расенко В. М. Особливості класифікації зобов'язань підприємств / В. М. Расенко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 2 (45). – С. 163–170.
44. Рашевская В. А. Бухгалтерский учет и отчетность по движению собственного капитала [Электронный ресурс] / В. А. Рашевская. – Режим доступа : <http://www.rae.ru/forum2012/pdf/1227.pdf>.
45. Сафронов Н. А. Экономика предприятия / Н. А. Сафронов. – М. : Юристъ, 1998. – 584 с.
46. Сигел Дж. Словарь бухгалтерских терминов : [пер. с англ.] / Дж. Сигел, Дж. Шим. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 408 с.
47. Созанський Л. Й. Теоретичні аспекти сутності капіталу підприємств / Л. Й. Созанський // Наук. вісник Укр. держ. лісотехнічного ун-ту. Сер. Інформаційні технології галузі. – 2005. – Вип. 15.2. – С. 273–278.
48. Сопко В. В. Власний капітал акціонерних товариств: особливості визначення та обліку / В. В. Сопко // Наук. вісник Нац. лісотехнічного ун-ту України. – 2007. – Вип. 17.6. – С. 246–253.
49. Спасів Н. Я. Теоретичні аспекти сутності основного капіталу підприємницьких структур / Н. Я. Спасів // Фінанси України. – 2004. – № 8. – С. 126–131.
50. Сторожук Т. М. Елементи облікової політики підприємства щодо зобов'язань / Т. М. Сторожук // Збірник наук. праць Ірпінської фінансово-юридичної академії (економіка, право). – 2013. – № 2. – С. 66–71.
51. Сук Л. К. Бухгалтерський облік – II : навч. посібник / Л. К. Сук, П. Л. Сук. – К. : Університет «Україна», 2005. – 701 с.
52. Суярова О. О. Узагальнення існуючого досвіду класифікації капіталу / О. О. Суярова // Вісник Сумського держ. ун-ту. Сер. Економіка. – 2009. – № 2. – С. 211–219.
53. Теплова Т. В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и

інвестиціями : учебник для вузов / Т. В. Теплова. – М. : ГУ ВШИ, 2000. – 350 с.

54. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посібник / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2003. – 554 с.

55. Травінська С. І. Класифікація поточних зобов'язань в законодавстві та бухгалтерському обліку [Електронний ресурс] / С. І. Травінська. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2010_6/31_Klas.pdf.

56. Харківська область у 2013 році : статистичний щорічник. – Х., 2014.

57. Черемісова Т. А. Подальше дослідження економічної сутності капіталу, його видів та функціональної ролі у діяльності підприємства / Т. А. Черемісова // Збірник наук. праць ЧДТУ. Сер. Економічні науки. – 2008. – Вип. 21. – С. 152–155.

58. Школьник І. О. Теоретичні підходи до трактування поняття капіталу та його структури на сучасному етапі розвитку фінансової науки / І. О. Школьник, А. С. Безбабіна // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4 (30). – С. 24–28.

59. Юхимук М. М. Роль та значення позичкового капіталу підприємства / М. М. Юхимук, О. М. Полінкевич // Менеджмент, інвестиційні та інноваційні процеси в промисловості та народному господарстві. – Х., 2014. – С. 217–218.

60. Яровенко Т. С. Удосконалення методології бухгалтерського обліку власного капіталу у сучасних умовах / Т. С. Яровенко, К. П. Свистильник // Вісник Дніпропетровського ун-ту. Сер. Економіка. – 2013. – Вип. 7 (2). – С. 189–194.

ГЛАВА VII. СОВМЕСТНЫЕ ПОКУПКИ КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ[©]

Основным условием выхода страны из экономического кризиса к устойчивому развитию является формирование у населения рациональных и результативных стратегий социально-экономического поведения. Адаптационные стратегии социально-экономического поведения населения становятся процессом, определяющим тенденции развития страны, поскольку в данном случае происходит трансформация задач государственных экономических задач на уровень домохозяйств.

Следовательно, представляется важным изучить особенности новых адаптационных стратегий населения, сформировавшихся в недавнее время при расширении информационного пространства. Выработка индивидуальных адаптационных стратегий и механизмов происходит с учётом текущего состояния и влияния факторов внешней среды.

Совместные покупки представляют собой вариант стихийной кооперации для приобретения по оптовым ценам товаров личного пользования. Возникли в России в начале 2000-х годов. В настоящее время приобрели огромную популярность, и являясь как социальным, так и экономическим явлением представляют значительный интерес для исследования.

Прикладная значимость изучения процесса совместных покупок обусловлена необходимостью создания научно обоснованной социально-экономической стратегии в отношении различных субъектов товарно-экономических отношений. Разработка обоснованной политика в отношении существующего и развивающегося социально-экономического процесса предполагает выявление факторов, обуславливающих появление и распространение этого явления, нахождения стратегических целей управления процессом.

В настоящее время наиболее значимыми вопросами является определение вероятного потенциала совместных покупок, выявление отличий и преимуществ перед Интернет-торговлей, перспективы развития и легализации.

Поэтапно процесс совместной покупки выглядит следующим образом. Изначально организатор размещает информацию о организации совместной покупки на определенном информационном ресурсе на условиях администрации сайта. В большинстве случаев организатор заключает договор на размещенное информации на определённый срок за установленную плату или отчисляет определённый процент от совершенной сделки.

Далее организатор указывает условия участия в закупке, условия

[©] *Еришова Е.Ю., ФГБУВПО Смоленский государственный университет, г. Смоленск*

(количественные или суммовые) оптовика, свой размер вознаграждения. Участник закупки делает выбор или с сайта поставщика или информации организатора. За счет оптового количества приобретаемого товара цены при совместном приобретении товара даже с учетом вознаграждения организатора и расходов на доставку ниже розничных цен в магазине. Участник закупки оформляет заказ оставляя сообщения либо отвечая на информацию организатора в соответствующем тематическом разделе или используя специальные формы (наиболее часто используются таблицы Coogol).

Когда размер заказов участников достигает необходимого объема для выкупа у поставщика, организатор объявляет окончание приема заявок. Он формирует единый заказ для отправки поставщику. При получении счета на оплату организатору необходимо разделить общий счет на отдельные счета для участников совместной покупки и проинформировать их о сроках суммах, подлежащих оплате. Чаще всего денежные средства перечисляются на личные счета организатора или доверенных лиц, реже – передаются наличными. После поступления средств от участников процесса совместной покупки оплачивает от своего имени счет поставщика, получает товар, разделяет его согласно заказам участников. Этот этап довольно трудозатратен, поэтому, довольно распространена практика помощи организаторам членов семей. После сортировки и распределения товаров организатор организует доставку товаров участником. При географическом удалении по желанию участника организатор отправляет товар почтовой службой или транспортной компанией, существует практика передачи заказов из одного населенного пункта в другой при помощи водителей рейсовых пассажирских автобусов. Если организатор и участник проживают в одном городе – возможен самовывоз товара участником покупки, в крупных городах организуется курьерская доставка на дом или к станции метро, так же раздача может быть организована в условленном месте. В регионах с особой популярностью совместных покупок появляются особые сервисные службы. Все участники совместной покупки информируются о ее состоянии организатором («ждем счет», «оплачиваем», «товар в пути» и т.д.) [4].

Как для участников, так и для организаторов покупки процесс имеет как достоинства, так и недостатки.

Основным достоинством для участников является возможность приобретения товара по выгодной цене. Товар приобретается непосредственно у поставщика и за не несет в своей цене для участника традиционных расходов розничной торговли (оплата аренды помещения, склада, заработной платы персонала и т.д.). Оптовая цена может отличаться от розничной в несколько раз. Участник закупки имеет доступ к широкому ассортиментному и размерному ряду товаров. Часто на сайтах предлагается закупка товаров с зарубежных магазинов или напрямую от производителей товаров, не представленных в России.

Важное значение имеет временное преимущество характерное для всех интернет-покупок - при выборе товаров из каталога покупатель не ограничен режимом работы магазинов (традиционное преимущество интернет-покупок – работа в режиме «24 часа, 7 дней в неделю»). Покупатели предполагают, что

при выборе товаров в Интернете они защищены от «случайных покупок», от различных маркетинговых уловок при помощи музыки и запахов.

На сайтах совместных покупок организаторы поощряют практику отзывов от полученного товара, поэтому перед покупкой покупатель может ознакомиться с впечатлениями других покупателей о качестве и свойствах товара, задать интересующие вопросы поставщику через организатора.

При очевидных достоинствах процесса совместных покупок для участника существуют и определенные недостатки. Наиболее значительными для покупателя являются следующие. У участника закупки нет возможности примерить товар и оценить его потребительские свойства. Однако, участники совместных закупок помимо отзывов покупателей сделавших аналогичную покупку ранее, практикуют нахождение аналогичного товара в рознице, превращая магазины в шоу-румы, вызывая негодование владельцев магазинов, терпящих убытки из-за оттока покупателей.

Более сложной проблемой является ситуация получения от поставщика товара, отличающегося по размеру или цвету. Как правило, такие ситуации оговариваются в условиях закупки, организаторы стараются разделить риски («пересорт по размеру и модели пристраивает организатор, по цвету – участник» - распространенное правило участия в совместной покупке). Организаторы стараются информировать участников о особенностях работы поставщиков, предупреждая возможные конфликты.

Актуальной является проблема получения некачественного товара. По сложившимся правилам совместных покупок организатор несет ответственность только за факт получения товара, и только организатор имеет возможность предъявить претензии по качеству товара, так как является официальным покупателем. Поэтому, процесс обмена бракованного товара затруднен, и большинство организаторов по условиям закупок стараются не связывать себя обязательствами по контролю за качеством товара, но, как правило, стараются по мере возможностей, исключать конфликты по поводу качества, особенно при приобретении дорогостоящих товаров.

Определённые выгоды и риски существуют и для организаторов совместных покупок. К выгодам можно отнести

- возможность приобретения товаров для себя и своей семьи по оптовым ценам. Этим активно пользуются многодетные семьи и по результатам интервьюирования такие организаторы прежде всего ценят возможность обеспечения своих домохозяйств разнообразными товарами;

- возможность полной или частичной занятости. Сумма вознаграждения организатора (организационный процент) ведущего десятков успешных совместных покупок может в два-три раза превышать среднюю заработную плату по региону. Хотя, справедливости ради следует отметить, что при ведении такого объема результативных сделок, обслуживание нескольких десятков, а зачастую и сотен участников требует значительных трудовых затрат, и организаторы вынуждены привлекать помощников, поэтому доход может делиться на несколько человек.

- бизнес стартового капитала;

- гибкий рабочий график.

Организационные риски состоят в следующем:

- отказ участника от сделанной заявки после окончания сбора: поставщики дают определённые сроки на оплату счета, и организатору в случае неоплаты товара необходимо выкупать товар на свои деньги, а потом его реализовывать. Часть поставщиков предлагают систему бронирования товара, и тогда организатор по договору обязан оплатить заказ. Организатор же (поскольку не связан с участником формальными договорными отношениями) никаким образом не может заставить оплатить товар, таким образом риск заключается в вложении собственных средств в товар с неизвестной возможностью реализации или в потере уровня надежности в восприятии участника;

- несвоевременная оплата заказа (риски аналогичны отказу от заявки);

- возможное мошенничество со стороны оптового поставщика.

Существуют случаи исчезновения поставщиков после получения предоплаты от организатора. Поскольку в данном случае взаимоотношения между поставщиком и организатором совместной покупки закреплены законодательно, есть возможность обращения в правоохранительные органы, но это длительный процесс, и к сожалению, не всегда результативный.

По результатам наблюдения автора на популярность совместных покупок как канала сбыта влияние оказывают:

- популярность (посещаемость) информационного ресурса;

- географическое местоположение основных посетителей проекта;

- политика администрации ресурса по отношению к организаторам покупок (сложность входа, контроль);

- автоматизацию бизнес-процесса по организации совместных покупок;

- стоимость и возможная вариативность размещения рекламных модулей;

- размер и форму отчислений администрации форума за право торговли на ресурсе;

- конкуренцию между действующими организаторами в части пересечения товарных позиций и брендов;

- разнообразие форм раздачи товара и наличие общих офисов раздач, стоимость дополнительных услуг.

Профессиональные продавцы неоднозначно относятся к практике совместных покупок. С одной стороны, существует ряд производителей и оптовых торговцев, признающих наличие такого канала сбыта и активно с ним сотрудничающих. Они относят совместные покупки как довольно перспективным каналам сбыта. С другой стороны – это отсутствие расходов на рекламу, с другой стороны – быстрая обратная связь с потребителем, перманентный контроль качества продукции и учет пожеланий.

Как правило, они предоставляют особые условия для организаторов совместной покупки, готовы работать с физлицами, размещают информацию о товаре на специализированных форумах или социальных сетях, активно рассылают предложения о сотрудничестве по электронной почте организатором. Таким образом, их маркетинговая стратегия включает в себя совместные покупки как равноправный, а иногда и преимущественный канал сбыта. С

другой стороны, существуют категорические противники совместных покупок (ссылки), к продавцам, имеющиеся сложившуюся розничную сеть, а также и собственно ритейл, так это звено становится максимально уязвимым и неконкурентоспособным по отношению у совместных покупок.

Зная, что в конкретной торговой точке продается товар, закупка которого организована по оптовым ценам, покупатель имеет возможность сделать примерку, оценить качество вещи, получить консультацию продавца, а затем, сделать заказ на сайте совместных покупок за меньшую стоимость.

Определённую заинтересованность в контроле совместных покупок проявляет государство. Практически все совместные покупки следует относить к неформальной экономике, т.к. финансовые операции организуются путями неконтролируемыми фискальными органами, налогообложение доходов отсутствует, количество участников, количество совершаемых сделок и их сумма, количество занятых работников могут быть оценены только весьма приблизительно.

Совместные покупки в той или иной форме существуют в различных странах мира. Однако, наибольшая популярность и тенденция к росту отмечена в Китае и России. В европейских странах и США совместные покупки осуществляются в отношении исключительно нишевого товара, поскольку развитая и конкурентоспособная система розничной торговли минимизирует ценовой выигрыш от приобретения товара в совместной покупке, связанной с определёнными рисками. Китайские и российские покупатели приобретают по системе совместных покупок товары широчайшего ассортимента – от продуктов питания до шуб и бытовой техники. Но если в Китае совместные покупки в качестве канала сбыта активно стимулируются многочисленными производителями, то в России основными причинами популярности этого явления является неразвитость логистических каналов, отсутствие профессионального маркетинга. Отсутствие товаров разной ценовой категории, ограниченность ассортимента, особенно в небольших населенных пунктах, маркетинговая пассивность, профессиональная некомпетентность торгового персонала, вызывает необходимость при совершении осознанного выбора искать новые способы приобретения товара.

Следует так же отметить, что на сайтах совместных покупок помимо процесса приобретения товара идет процесс социализации. Это важный момент в понимании того явления, что при наличии достаточно крупных торговых федеральных интернет-магазинов совместные покупки составляют им серьезную конкуренцию. Так, например, возможности только одного из крупнейших российских интернет-магазинов Ozon.ru, который действующего с 1998 года, имеющего торговый оборот за 2014 год в 32 миллиарда рублей, 16 миллионов покупателей в клиентской базе среднюю сумму чека 2400 руб. , в ассортименте 3 миллиона товарных позиций, развитую логистическую инфраструктуру, обеспечивающий выполнение всех требований законодательства по защите прав потребителей не сопоставимы с возможностями организаторов совместных покупок, а тем не менее значительная часть интернет-покупателей делают выбор именно в пользу таких

торговых каналов [8].

На настоящее время не проводилось каких-либо исследований по объему приобретения товаров путем совместных покупок, и можно ориентироваться на косвенные данные. Основатель проекта «Репка» (Repka.com) Андрей Сергеев оценивает их приблизительно в \$1 млрд в год. Отмечается постоянный рост информационных ресурсов, так по данным сайта SP-top.ru за два года количество увеличилось более чем в 2 раза (без учета тем в социальных сетях).

Таблица 1. Количество информационных ресурсов по организации совместных покупок (по данным сайта SP-top.ru)

Тип информационного ресурса	Количество, ед.		
	на 1.07.2013 г.	на 01.07.2014 г.	на 1.07.2015 г.
Специализированный сайт	25	39	71
Форум	17	20	29

Следует отметить, в основе того или иного действительно крупного сообщества совместных покупок находится именно социальная составляющая. Наиболее крупные сообщества организаторов и участников совместных покупок являются производными форумов, клубов, социальных сетей. Попытки искусственно сформировать подобную структуру пока недостаточно результативны, именно присутствие социального фактора отличает собственно естественно сформировавшуюся клубную структуру от интернет-магазина или специализированного ресурса.

Анализируя особенности создания и деятельности предприятий малого бизнеса следует выделить основные проблемы вызывающие наибольшие сложности у предпринимателей:

- организационные проблемы (выбор организационно-правовой формы, подготовка учредительных документов, государственная регистрация, открытие счета в банке и т.д.);
- финансовые проблемы (отсутствие первоначального капитала, отсутствие залогового обеспечения кредита);
- налоговая неграмотность (несмотря на попытки государства упростить налоговую систему для малого бизнеса она все еще остается довольно сложной и требующих постоянных консультаций специалистов);
- проблемы ресурсного обеспечения (отсутствие или нехватка технологических линий, помещений, квалифицированных кадров);
- проблемы правовой незащищенности и безопасности бизнеса.

Совместные покупки как вид малого бизнеса (как в формальной, так и в неформальной экономике) являются довольно привлекательной формой само занятости.

Если изначально абсолютное большинство организаторов вели незаконную предпринимательскую деятельность с юридической точки зрения в качестве физических лиц, то в последние годы под воздействием налоговых и правоохранительных органов постепенно происходит легализация процесса совместных покупок. Особенно это характерно для крупных и успешных

организаторов, объединяющих вокруг себя несколько десятков, а иногда и сотен, относительно постоянных участников. Конечно, государственная регистрация, официальное ведение всех финансовых операций, уплата налогов, составление отчетности усложняет деятельность организаторов и несколько снижают доход, однако, при легализации есть и определенные преимущества.

Часть потенциальных участников совместных закупок опасаются перечислять денежные средства на счета физических лиц поскольку доказать наличие сделки при возникновении конфликта при таких условиях довольно проблематично. Аналогичным рискам подвергается и организатор со стороны недобросовестных участников. Легализация деятельности организатора значительно повышает уровень доверия сторон сделки друг к другу.

Со стороны внешней среды организатор получает следующие преимущества:

- отсутствие претензий государства по поводу законности деятельности;
- расширение круга поставщиков.

В настоящее время часть поставщиков опасаясь серьезной ценовой конкуренции со стороны совместных покупок для розничной торговли (в первую очередь для своих же официальных дистрибьютеров) категорически отказывается заключать договоры с физическими лицами. Менеджеры таких компаний при заключении договора (или предоставления условий ценовых и объемных условий договора, прайса, каталога) от второй стороны не только правоустанавливающие документы, но договор на аренду (или на право собственности) помещения, фотографию торгового зала, фотографию вывески с наименованием магазина и режима работы.

Таким образом легализация совместной покупки расширяет возможности организатора по сотрудничеству с поставщиками.

Кроме получения статуса индивидуального предпринимателя возможен путь легализации совместных покупок в виде формы классического потребительского кооператива. В состав потребительского кооператива должно входить не менее 5 граждан. Не менее половины объема работ (услуг) должно осуществляться для членов кооператива. Такая форма собственности относится к некоммерческим, поэтому налогооблагаемая база для исчисления налога на добавленную стоимость и налога на прибыль отсутствует. Потребительские кооперативы для осуществления своей деятельности вправе нанимать работников, в том числе из своих членов. При этом нанятым работникам начисляется заработная плата, уплачивается единый социальный налог, исчисляется трудовой стаж.

Следует отметить, что в настоящее время складывается ситуация для перехода от стихийного движения совместных покупок к легальным формам деятельности. Существует огромная целевая аудитория, освоившая технологию приобретения товаров таким способом, существует значительное количество организаторов, которые научились работать с целевых аудиторий, и фактически создали новый вид профессиональной деятельности, существует и развивается инфраструктура по обслуживанию товарного потока.

Стремительный рост популярности совместных закупок вызвал внимание

фискальных органов. Поскольку систематическая деятельность с целью получения дохода может рассматриваться как предпринимательская, организатору совместных покупок в соответствии с требованиями законодательства о налогах и сборах необходимо зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя, представлять отчетность в налоговый орган и уплачивать налоги в бюджет в соответствии с применяемым режимом налогообложения. О наличии в действиях гражданина признаков предпринимательской деятельности указывается в Письме УФНС по г. Москве от 18.03.2010 №20-14/2/028463@. Об этом свидетельствуют следующие факты:

- изготовление или приобретение имущества с целью последующего извлечения прибыли от его использования или реализации;
- учет хозяйственных операций, связанных с осуществлением сделок;
- взаимосвязанность всех сделок, совершенных гражданином в определенный период времени;
- устойчивые связи с продавцами, покупателями, прочими контрагентами [9].

Значительные изменения в организации совместных закупок несло письмо ФНС России от 07.06.2013 N AC-3-2/2057@ "О совместных покупках" от 7 июня 2013 г. Данное письмо не только носит информационный характер, но и рекомендует налоговым службам на местах обратить внимание на деятельность организаторов совместных покупок. Существуют попытки организаторов скрыть свою деятельность или, по крайней мере, размер оборота. На отдельных ресурсах – например, Smolmama.ru, попасть в раздел форума «Совместные покупки» можно имея определенное количество смысловых сообщений по решению сообщества организаторов, или по рекомендациям нескольких добросовестных участников, на большинстве ресурсов в настоящее время существенно ограничен доступ к информации о финансовых расчетах. Если до указанного письма ФНС практически посторонний человек мог обнаружить данные о всех участниках закупки, о сумме заказов, о размере вознаграждения организатора, о перечислении денежных средств, то в настоящее время организаторы представляют по специальным адресным ссылкам индивидуальные таблицы расчетов, или информируют о состоянии расчетов в личной переписке, затрудняя, таким образом получение информации о масштабах деятельности.

Игнорирование требований государственных органов о необходимости регистрации в качестве индивидуального предпринимателя может привести к привлечению к ответственности.

Административная ответственность устанавливается п. 1 ст. 14.1 КоАП РФ, согласно которой осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя или без государственной регистрации в качестве юридического лица влечет наложение административного штрафа в размере от 500 до 2 000 рублей.

Уголовная ответственность устанавливается ст. 171 «Незаконное предпринимательство» УК РФ. На основании указанной статьи «осуществление предпринимательской деятельности без регистрации или с нарушением правил

регистрации... если это деяние причинило крупный ущерб гражданам, организациям или государству либо сопряжено с извлечением дохода в крупном размере, наказывается штрафом в размере до 300 000 руб. или в размере заработной платы или иного дохода, осужденного за период до двух лет, либо обязательными работами на срок от 180 до 240 ч, либо арестом на срок до шести месяцев». Существующая судебная практика по вопросу доказательств занятия предпринимательской деятельности без соответствующей регистрации принимает во внимание:

- протокол об административном правонарушении;
- протокол осмотра помещения;
- рекламные листовки;
- письменные объяснения свидетелей, объяснения свидетелей;
- копии счетов на оплату товара, копии накладных;
- справка ИФНС и др.[9]

Таким образом, деятельность организаторов совместных покупок путем сбора открытой информации может квалифицироваться как предмет рассмотрения статьи 171 УК РФ.

Примерно с 2013 года начался постепенный процесс легализации организации совместных покупок. Легализуется деятельность организаторов по одному из возможных вариантов – либо оформления потребительского кооператива, либо как индивидуального предпринимателя.

Под основным видом деятельности может быть заявлена как купля-продажа, так и услуги по приобретению товара в интересах и по поручению участников.

Осуществлять функции организатора нескольких закупок от нескольких десятков участников крайне затруднительно. Как правило, в исполнение функций включаются близкие родственники организатора, выполняющие помогающие организатору в получении товара, в сортировке, упаковке и отправке участников. В регионах, где движение совместных закупок получило широкое распространение, образуются сервисные структуры, за определенную плату осуществляющие складирование и хранение, а также курьерскую деятельность (г. Тула, Самара и т.д.)

Вопрос изучения совместных покупок представляет исследовательский интерес с точки зрения неформальной занятости населения. В неформальной экономике наиболее значительная группа занятости по виду деятельности – это торговля [10], а совместные покупки хоть и не являются торговлей в классическом понимании, но представляют собой специфический распределительный канал. Образует его в большей степени женщины в активном трудоспособном возрасте, с высшим образованием, имеющие детей. Специальная маркетинговая или логистическая профессиональная подготовка у абсолютного большинства организаторов отсутствует, что свидетельствует о том, что эта часть трудовых ресурсов обращается к занятым организацией совместных покупок, не находя возможностей устроиться по специальности или не получающие достаточного дохода по этой специальности.

Значимая характеристика поведения организаторов совместных покупок

как социальной группы – направленность деятельности на привлечение и удержание постоянных клиентов, желание сформировать репутацию ответственного и порядочного организатора, для чего используются следующие практики:

- подчёркнутое вежливое обращение к участнику (зачастую, организаторы обращаются к участнику не только по заявленному нику, но и по имени);
- рекомендация каких-либо товарных предложений;
- возможность открытия какой-либо совместной покупки по просьбе участников;
- стремление выполнить все пожелания заказчика, проинформировать его о специфике предложения;
- поздравления с знаменательными датами и т.д.

Представляется, что совместные покупки – реальное, наблюдаемое и структурированное пространство в социально-экономической системе общества. В реальном пространстве выделяются информационные ресурсы, на которых организуется процесс совместных покупок, а также сервисная структура (хранение, доставка товара). Так же происходит конкурентная борьба за определённые товарные предложения от конкретных поставщиков. В социальном отношении этот сегмент рынка достаточно структурирован, его участники получают определённые социальные статусы. Так же прослеживаются межличностные взаимодействия с различными поведенческими реакциями.

При наблюдении за поведением участников совместных покупок интерес вызывает гораздо более ярко выраженная по сравнению с розничным форматом потребность в реализации не только экономических интересов, но и эмоциональных. Безусловны, экономические интересы участника очевидны – он имеет возможность приобрести товары широчайшего ассортимента по более выгодным ценам. Жителям российской глубинки организаторы совместных покупок предлагают товары как российских, белорусских производителей, так и ассортимент китайских, американских, европейских интернет-рынков в различных ценовых категориях [5], значительно экономя на доставке.

Реализация эмоциональных потребностей выражается через аффилиативное поведение, имеющее целью собственно процесс общения, желание стать частью группы, получение признания, одобрения. В относительно постоянных микрогруппах участников закупки, формирующихся вокруг организатора решение о покупке, принимается под влиянием эмоций, при одобрении других членов сообщества. Эмоциональный фон в такой группе чрезвычайно важен, так, как и организатор и участник находятся в финансовой зависимости друг от друга

Огромное значение играет уровень доверия к организатору. Рейтинг в сообществе, количество постоянных клиентов, количество удачно проведенных выкупов товара – эти факты свидетельствуют о опыте, надежности, компетентности организатора. Таким организаторам проще привлекать к себе новых участников, открывать новые направления закупок, находить новых поставщиков. Участники закупок характеризуются опытом участия в закупках,

своевременной оплатой, активностью при формировании минимальной партии товара. Активность участников всячески поощряется организаторами, использующими потребность в признании, влиянии, в благодарности. Участник может проявить себя качестве эксперта по какому-либо товарному направлению как специалист (врач стоматолог при приобретении средств по уходу за полостью рта), как опытный пользователь (имеющий опыт приобретения аналогичного товара), или как член группы выражая одобрение выбора и эмоционально поддерживающий участника. Поощрение участника может быть выражена в снижении организационного процента (или полном его отсутствии), в небольших подарках организатора, в публичной благодарности. Зачастую участники, заинтересованные в покупке и эмоциональном признании, добровольно берут на себя рекламную компанию, используя свой опыт, информацию и отзывы о товаре от других покупателей.

Несмотря то, что участники совместной покупки считают основным мотивом экономические интересы, с течением времени происходит переход от идеи экономии личного и семейного бюджета к феномену демонстративного потребления. Участник включается в процесс совместной закупки не из-за необходимости товара, его полезности, а из-за демонстрации в финансовые возможности, статичности, самобытности, оригинальности. Впервые демонстративное потребление описано в конце 19 века Т.Вербленом [2]. В работах современных социологов [3, 6] отмечается, что демонстративное потребление характерно не только для обеспеченных слоев населения, как инструмента позиционирования своих возможностей, но и распространяется в развивающихся экономиках, среди относительно малообеспеченных лиц как средство создания благополучного образа, принадлежности к иной социальной группе.

В популяризации совместных покупок основное значение имеют техник вирусного маркетинга. Популяризацию и развитие совместных покупок обеспечивают две наиболее значимые категории участников – молодые мамы и часть офисных работников, носящее аллегорическое название - «офисный планктон».

Компания Gemius специализирующаяся на проведении интернет исследований на рынках Европы, Ближнего Востока и Африки опубликовала в 2012 году опубликовала данные о посещении сайтов совместных покупок [5].

Согласно исследованиям, наибольшая активность отмечается по будням в утренние часы (примерно с 9.00 до 10.00), хотя в целом для интернет-сообщества наибольшая активность приходится на вечерние часы. Таким образом, просмотр сайтов совместных покупок у офисных работников приближается к утреннему ритуалу, схожему с чтением новостей и проверкой почты. В среднем один участник просматривает около 9 страниц.

Молодые мамы так же представляют значительную часть участников совместных покупок – с появлением ребенка возникают новые потребности, количество денежных средств при нахождении в декретном отпуске или в отпуске по уходу за ребенком значительно ограничено, так же женщина не располагает свободным временем как для посещения магазинов, так и для

общения. Сайты совместных покупок позволяют такой женщине не только найти товар по приемлемым ценам, но и частично удовлетворяют эмоциональные потребности. Наиболее предприимчивые и активные сами переходят в организаторы покупок, поскольку есть график работы организатора достаточно гибок и деятельность не требует стартового капитала.

По наблюдениям автора существуют значительные отличия между покупателями в интернет-магазинах и на сайтах (форумах) совместных покупок. Если в интернет-магазинах женщины составляют 55% [5], то на форумах совместных покупок женщины составляют абсолютное большинство. На региональных форумах молодых мам или на профильных сайтах для женщин, таких как Osinka.ru мужчины- участники совместных покупок вообще отсутствуют. Это связано с двумя основными причинами:

- специализированной направленностью информационного ресурса;
- более высокой потребностью женщин в эмоциональной стороне процесса приобретения.

Значительная разница тоже обнаруживается в региональной принадлежности участников процесса совместной закупки. Если в официальной Интернет-торговле жители мегаполисов составляют 30% всех покупателей [5], то в общей совокупности совместных покупок их значительно меньше (на межрегиональных ресурсах 8-10%). Возможно, это объясняется более широкими материальными возможностями и доступностью товарного разнообразия для жителей крупных городов.

Наиболее популярными товарными категориями в совместных покупках являются:

- одежда для взрослых (что характерно, количество предложений по категории «женская одежда» в десятки раз превышает предложения по категории «мужская одежда»);

- обувь для взрослых;
- детская одежда и обувь;
- игрушки и детские товары;
- сумки и галантерея;
- товары для хобби и рукоделия;
- косметика и парфюмерия;
- бытовая химия.

Основные различия количества предложений между официальным интернет-ритейлом и совместными покупками находятся в товарных категориях:

- телефоны, планшеты и другая электроника;
- бытовая техника;
- книги, музыка, программное обеспечение;
- товары для ремонта и строительства.

Эти различия объясняются неофициальным характером приобретения, отсутствием послепродажного обслуживания, сложностями получения гарантий продавца на товар, габаритностью товара.

Так же выявлена разница между категориями первой покупки. Если

большинства покупателей интернет-магазинов это одежда и книги (ссылка), то для большинства участников совместных покупок это детские товары и женская одежда.

Как в Интернет-торговле, так и в совместных покупках в последнее время возрастает количество трансграничных покупок.

Основные мотивы – ассортимент, которого нет в России, и низкая стоимость покупаемых товаров. Основным лидером роста являются торговые предложения из Китая.

Покупки совершаются как при помощи торговых систем (Aliexpress, Taobao), так и в крупных зарубежных интернет-магазины (ASOS, Yoox, Sears, DRAM).

Преимущество совместных площадок с торговых площадок состоит в минимизации расходов на доставку. Как правило в стране, где находится электронный рынок находится еще посредник, представляющий интересы организатора в России. Он получает товары и формирует сборный груз заказчикам. В результате сумма доставки при разделении на участников совместной покупки значительно меньше, чем при индивидуальном заказе непосредственно с ресурса.

При организации совместной покупки с иностранного интернет-магазина выгода образуется так же за счет доставки (при большом заказе доставка до границы может осуществляться за счет продавца), и при предоставлении скидки к общей сумме заказа.

При организации доставки существенное значение имеет местонахождение организатора совместной покупки и участника. При нахождении в одном населённом пункте участники предпочитают самовывоз товара, при территориальном удалении – транспортные компании («Деловые Линии», «ПЭК», «Желдорэкспедиция») или почта России.

Кстати, следует отметить, что в настоящее время совместные закупки нельзя целиком отнести к одному из сегмента в дуальной системе «формальная/неформальная экономика». В исследованиях Д. Мида и К. Морриссона анализируются основные критерии неформальности [11]. По критерию законности выделяются четыре компонента:

- формальная регистрация: в настоящее время большинство организаторов совместные закупки постепенно приходят к процессу легализации, следовательно, находятся в переходном сегменте;

- уплата налогов: организаторы совместных покупок, не имеющие государственной регистрации, не являются плательщиками налогов, а большинство легализовавшихся - стараются эти расходы минимизировать, поэтому, значительную часть финансовых операций скрывают, принимая средства на карты доверенных лиц;

- регулирование условий труда: организаторы совместных закупок вынуждены привлекать дополнительные трудовые ресурсы (зачастую это члены семьи или близкие люди), но трудовые отношения не оформляются, и, следовательно, не регулируются законодательно (выплата минимальной заработной платы, уплата страховых и пенсионных отчисления и т.д.);

- законодательные ограничения деятельности – соблюдение стандартов качества, защита прав потребителей.

Таким образом, в настоящее время этот сегмент экономики относится к промежуточной категории.

Существование совместных покупок как социально-экономического явления в переходном состоянии от неформальной экономики к легальной имеет свои положительные и отрицательные последствия. К положительным сторонам этого явления следует отнести:

- развитие малого предпринимательства;
- развитие конкуренции в розничной торговле;
- самозанятость населения;
- расширение логистических каналов сбыта;
- своеобразная подготовка кадрового потенциала для перехода в легальную предпринимательскую деятельность;
- смягчение для определенной части населения последствий экономических кризисов.

В тоже время к негативным последствиям совместных покупок следует отнести:

- убытки розничной торговли из-за более низких цен в совместных покупках;
- увеличение налоговой нагрузки на занятых в формальном секторе экономики;
- дисквалификация трудовых ресурсов;
- отсутствие социальных гарантий, занятых в неформальной экономике.

Нестабильное финансовое состояние значительной части населения является объективной характеристикой социально-экономических процессов, происходящих в обществе. Кризис традиционных адаптационных стратегий населения, основанных на профессиональной подготовке, невозможность поддержания социального статуса, резкое и непредсказуемое изменение внешней среде вызывают новые формы социально-экономического поведения.

Определенный интерес представляет язык, являющийся инструментом взаимодействия участников процесса. Социолингвистика определяет язык как набор средств при помощи которых осуществляется коммуникационный процесс. Поскольку процесс совместных закупок происходит преимущественно в формате письменных сообщений, то можно рассмотреть специфику вербального проявления языка: термины, речевые обороты.

В ходе включенного наблюдения за поведением организаторов и участников совместных покупок выявлены специфические термины. При помощи которых происходит обмен информацией между агентами процесса.

В настоящее время сформировалась языковая практика и терминология совместных покупок:

Орг, организатор – физическое лицо, выполняющее все организационно-управленческие функции в процессе совместной покупки получая определенное вознаграждение. Организатор размещает информацию о закупке, оплачивает

услуги по использованию информационной площадке, ведет рекламную деятельность, собирает заявки от участников закупки, ведет переговоры и расчеты с поставщиком, организует получение, распределение и доставку товара к участникам, ведет финансовые расчеты.

Участник закупки – физическое лицо, принимающее участие в процессе совместной покупки на определенных условиях (предоплата за товар, вознаграждение организатора, процедура возврата брака или неподходящего товара и т.д.)

Тема («открою тему», «напишу в тему») – информационная ветка ресурса, предоставляемая администрацией сайта организатору закупки для размещения сообщений.

ГУ («я ГУ», «условия для ГУ») – устойчивая аббревиатура, расшифровывается как «географически удаленно/неё/ная». Для организаторов в крупных городах ГУ являются участники из других регионов. Так же себя называют организаторы, проживающие или в небольших городах, или удаленных от центра России регионах.

Стоп («стоп закупка», «после стопа не выписываю») – окончание приема заявок от участников. Согласно правилам, участник может отказаться от своего заказа, сделать замену товара только до объявления «стопа» организатором.

Оргпроцент – надбавки к стоимости приобретения товара у оптового продавца. Оплачивается участником в пользу организатора. Составляет в среднем 15-20% от оптовой стоимости товара. Может быть открытым (указан в условиях совместной покупки) или скрытым (при покупке с иностранных торговых площадок – пересчет цены идет не официальному курсу, а по курсу организатора).

Ряд («выкупаю рядами», «из собранного ряда не выписываю») – определенное количество товара (возможно, с размерными характеристиками).

Минималка – минимальная партия товара по сумме или по количеству устанавливаемая оптовым продавцом.

Хвост («реальный хвост», «хвастик») – отзыв покупателя о товаре.

Пристой («выставить в пристой», «забрать из пристоя») – товар, не подошедший покупателю и выставляемый на продажу в теме.

Раздача («раздача на новом месте») – процесс передачи товара от организатора закупки участником в установленном месте в определенное время.

ЧС – «черный список» - список участников, которое каким-либо образом нарушили правила совместной покупки (отказ от выкупа, несвоевременная оплата, некорректное поведение).

Исследовательский интерес представляет проблема происхождения терминологии совместных покупок, под влиянием каких социальных групп происходило формирование лексики. Предположительно, на терминологические особенности языка участников совместных покупок повлияли разнообразные источники, обнаруживается влияние и профессиональных торговых терминов, и сленг программистов, и словесные штампы. Отмечается практическое отсутствие лексических единиц уголовного жаргона, что свидетельствует о уменьшении влияния криминальной субкультурой среды, характерного для вещевого рынка

или уличной торговли [10].

Организация совместных покупок – вариант малого бизнеса без первичного вложения средств, без необходимости оплачивать аренду помещения, коммунальные платежи. Малое предпринимательство является наиболее используемой формой занятости населения в мировой экономике. В экономически развитых странах более половины валового продукта производится именно в малом бизнесе занимая от 50 до 70 % трудоспособного населения [1]. Малое предпринимательство смягчает последствия экономических кризисов, структурных преобразований, вносит вклад в повышение уровня жизни. За счет мобильности и простоты организационных структур малый бизнес более адаптивен к изменениям внешней среды. Но и из-за ограниченности ресурсных возможностей подвержен значительному риску.

Одним из результатов проведенного исследования является выявление некой трансформации целей у участников и организаторов закупки:

- от приобретения необходимых товаров по ценам ниже рыночных к демонстративному потребительскому поведению;
- от повышения благосостояния домохозяйства – к социализации и самореализации;
- от участия в закупке к организации;
- от незаконной предпринимательской деятельности к легализации.

Подобная трансформация целей в процессе совместной покупки содержит значительные адаптационные возможности населения.

В настоящее время в России как традиционная розничная торговля, не способна оперативно и адекватно реагировать на потребности покупателя по ассортименту, ценовой политике. Деятельность по организации совместных покупок в постепенно переходит в правовое поле, что снижает риски всех участвующих сторон. Как своеобразный вид самозанятости организация совместных покупок не требует значительного стартового капитала. Тема совместных покупок с научной точки зрения является довольно актуальной, и может рассматриваться в рамках менеджмента, логистики, маркетинга, социологии, психологии.

Список литературы:

1. Адаптационные стратегии населения / Коллективная монография. Под ред. д.э.н. Е.М. Аврамовой; Санкт-Петербург, 2003.
2. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
3. Воронова Е.Н. Статусное потребление деловых людей в современном российском обществе: автореферат дис. кандидата социологических наук: 22.00.04 / Саратов. гос. техн. ун-т, 2005.
4. Ершова Е.Ю. Совместные покупки: выгоды и риски покупателя. Zibor *rabot naukwysh*. "Osiagniecia naukowe, rozwoj, propozycje na rok 2014 -Warszawa: Wydawca: Sp.z. o.o "Diamond tradind tour", 2014
5. Интернет торговля в России 2014, годовой отчет. [Официальный сайт компании Gemius:] URL //www.gemius.ru/rynok-on-lajn.html (дата обращения 12.07.2015).
6. Логунов А.В. Престижное потребление в системе средств

символического обмена и конструирования социальной идентичности в трансформирующемся российском обществе: автореферат дис. кандидата социологических наук: 22.00.04 / Дальневост. гос. техн. ун-т, Владивосток, 2003

7. Митусов М. Купить сообща // Бизнес-журнал, 2013, N12, срт.23-28

8. Петрова Ю. Группа Ozon меняет генерального директора и стратегию. // Ведомости N 3796 от 24.03.2015. URL: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2015/03/23/direktor-po-pribili> (дата обращения 12.07.2015).

9. Рябинин В. В. Предпринимательская деятельность без регистрации: перспективы // "Упрощенная система налогообложения: бухгалтерский учет и налогообложение", 2011, N 12

10. Титов В.Н. Неформальная экономика как подсистема рыночного хозяйства. М.: М-Студио, 2008

11. Mead D., Morrison C. The Informal Sector Elephant // World Development. 1996. Vol. 24. N10. P. 1611–1619.

ГЛАВА VIII. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ[©]

Концептуальная цель бюджетной и налоговой политики России заключается в создании стабильной финансовой базы субъектов всех уровней власти федеративного государства для успешной реализации ими своих функций. Одним из условий достижения такой цели является реформирование системы имущественного налогообложения, предопределенное потребностью в совершенствовании налоговых инструментов регулирования имущественных отношений для равномерного распределения налогового бремени. В соответствии с опытом развитых стран, за местными бюджетами следует закреплять налоги, удовлетворяющие следующим принципам: возможность влияния органов местного самоуправления на налоговую базу и собираемость налога; ограничение мобильности налоговой базы (невозможность в кратчайшие сроки и на законных основаниях перемещать объект налогообложения из одного муниципального образования в другое); тесная взаимосвязь местных налогов с уровнем жизни населения определенной территории.

За последние двадцать лет с развитием в РФ рыночных отношений и института частной собственности получили развитие имущественные налоги на состояние (землю, имущество организаций и физических лиц), фискальная функция которых долгое время в значительной степени недооценивалась. Процесс дальнейшей трансформации имущественных налогов Правительство РФ связывает с повышением эффективности налогового администрирования, а именно с созданием актуального Единого государственного реестра объектов недвижимости, переходом налоговой базы с инвентаризационной и балансовой стоимости на кадастровую стоимость, самообложением граждан, а также с уменьшением числа существующих имущественных налогов на недвижимость до единого налога. До тех пор, пока введение единого налога на недвижимость сдерживается объективными и субъективными причинами, вопрос его установления остается дискуссионным.

В условиях рыночной экономики недвижимость является потенциальным источником прироста капитала, как собственников, так и государственной казны. Это дает основания для установления в налоговой системе налогов на сделки с недвижимостью, которым до настоящего времени не уделялось должного внимания ни в теории, ни на практике.

Обилие трудов зарубежных и отечественных ученых (В. Петти, Д. Рикардо, А. Смит, М. Ю. Березин, И. А. Дрожжин, Б. Г. Маслов, М. В. Мишустин, Л. В.

[©] *Петечел Т. А., Хмеляк А. С. Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента, г. Владивосток*

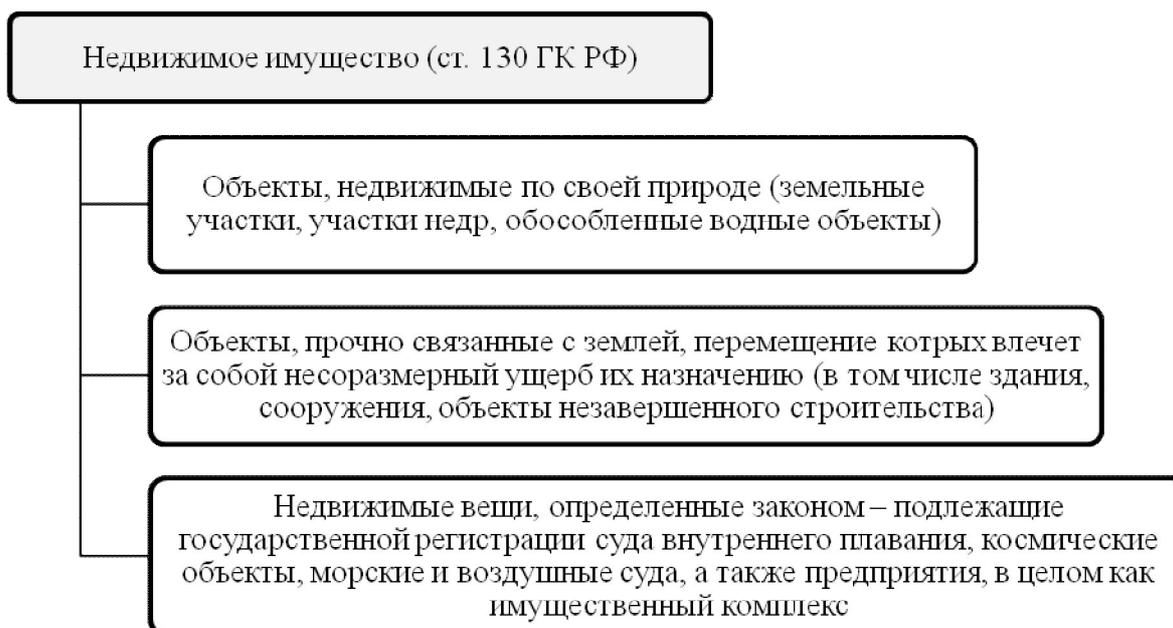
Попов, А. Г. Проскурин, Д. А. Смирнов, А. В. Брызгалин, И. В. Горский, Е. С. Вылкова, В. А. Кашин, И. А. Майбуров, А. Г. Пансков, С. Г. Пепеляев, Д. Г. Черник и др.), посвященных оценке, регистрации, учету и налогообложению недвижимости, создает фундаментальную основу для развития этих процессов. Однако реальная практика, в силу предельной мобильности и разнообразия, постоянно выдвигает новые проблемы, требующие научного осмысления.

Наиболее спорным в области налогообложения остается содержание понятий «имущество», «недвижимое имущество», «недвижимость». Отсутствует ясность в толковании учеными, законодателями и представителями местных администраций и их исполнительных органов, связанных с регистрацией имущества и налогообложением, принципов и методов градации объектов недвижимости, их денежной оценки, формирования налоговой базы. Существенно отличаются мнения ученых и практиков по вопросу установления единого налога.

Финансовая наука до настоящего времени не дает полной и конкретной трактовки понятия «недвижимое имущество». Это обусловлено, прежде всего, многообразием существующих имущественных форм, имеющих различное назначение: это и предмет собственности, и специфический товар, у которого имеется как инвестиционная, так и потребительская стоимость, и фактор воспроизводства, и долгосрочный финансовый актив.

Вследствие наличия большого количества определений таких терминов, как недвижимость, имущество, недвижимое имущество, существует проблема точного определения объекта имущественных налогов для целей налогообложения, что несет элемент неопределенности, а объект налога в соответствии со ст. 17 НК является обязательным элементом налога, без которого не возникнет обязанности его уплаты.

ГК РФ статьей 130 устанавливает открытый перечень предметов и вещных прав, входящих в понятие «недвижимое имущество», представленный на рисунке 1.



Источник: составлен на основании ГК РФ

Рисунок 1 – Объекты недвижимого имущества, установленные в ст. 130 ГК РФ

В 2013 г. в хозяйственный оборот введен новый объект недвижимости – единый недвижимый комплекс, под которым понимается совокупность объединенных единым назначением зданий, сооружений и иных вещей, неразрывно связанных физически или технологически, в том числе линейных объектов (железные дороги, линии электропередачи, трубопроводы и другие), либо расположенных на одном земельном участке, если в едином государственном реестре прав на недвижимое имущество зарегистрировано право собственности на совокупность указанных объектов в целом как одну недвижимую вещь (ст. 133.1 ГК) [1].

В результате включения нового понятия в ГК РФ, российское законодательство последовало мировому опыту развитых стран, когда все, что находится на земельном участке, должно принадлежать собственнику. Таким образом, единый недвижимый комплекс может существовать только при единстве прав собственника, как на расположенные на земельном участке объекты капитального строительства, так и на сам земельный участок. При этом разрешилась проблема отнесения комплексных инфраструктурных объектов, таких как объекты транспорта, энергетики, связи к определенному земельному участку, что значительно повышает экономическую ценность такого объекта недвижимости.

В НК РФ до сих пор отсутствует официально установленное понятие недвижимости, что приводит при возникновении налоговых обязательств субъекта к спорам, касающихся квалификации объектов по признаку недвижимого и движимого имущества. Например, налогоплательщики часто обращаются за юридической помощью в попытке определить, относятся ли такие специфические объекты, как ворота с капитальным фундаментом,

бетонированные дорожки, забор к объектам недвижимого имущества.

Различия между движимым и недвижимым имуществом также выражаются в различных правовых режимах:

– в соответствии со ст. 219 ГК РФ право собственности на недвижимое имущество возникает лишь в случае его государственной регистрации, в отличие от движимых вещей, которые, в большинстве случаев, не требуют государственной регистрации для получения прав на них;

– в соответствии со ст. 316 ГК РФ различается место исполнения обязательств, объектом которых является движимое и недвижимое имущество: для движимых вещей – это место жительства должника или иное место, предусмотренное ГК, а для недвижимого имущества – место непосредственного нахождения.

– в соответствии со ст. 271, 273 ГК РФ устанавливаются специфические правила совершения сделок с земельными участками, на которых расположены здания и сооружения;

– в соответствии со ст. 295 ГК РФ утверждены особые права собственников недвижимого имущества, находящегося в хозяйственном ведении, а ст. 394 ГК РФ установлен порядок взыскания на заложенное недвижимое имущество;

– предусматриваются различные сроки приобретения права собственности на бесхозяйные вещи (п. 3 ст. 225 ГК РФ).

Интересы таких субъектов налоговых правоотношений, как государство и налогоплательщики, в сфере налогообложения существенно различаются. Интересы государства проявляются, прежде всего, через четыре главные функции налогов: фискальная, распределительная, контрольная, социальная.

Среди указанных функций особое место принадлежит фискальной функции.

Учитывая тот факт, что поступления от налогообложения недвижимости составляют значимую часть доходов местных бюджетов, можно говорить об экономической заинтересованности государства в части повышения налоговых поступлений и обеспечения определенных общественных услуг тем же собственникам облагаемой налогом недвижимости.

В таблице 1 представлен доход, который недвижимость принесла казне разных стран мира в 2013 году.

Таблица 1 – Размер доходов бюджета от имущественных налогов по странам в 2013 г.

Страна	Валюта	Сумма, млн
Австрия	EUR	621
Бельгия	EUR	2 386
Финляндия	EUR	1 199
Франция	EUR	42 667
Германия	EUR	11 680
Нидерланды	EUR	3 128
Великобритания	EUR	48 598
США	USD	360 000

Источник: [26]

Так, налоги на собственность в структуре совокупных налоговых доходов, в Великобритании составляют – 10,1%, в Соединенных штатах Америки – 9,5%, в Японии – 5,9%, в Австралии – 4,7%, в Канаде – 8,2%. При этом, следует обратить внимание на тот факт, что в большинстве других стран, таких как Швеция, Германия, Нидерланды, Дания, Франция налог на недвижимость занимает лишь 1%-3% от общих налоговых поступлений в бюджеты этих стран [26].

В соответствии с представленными выше данными, налоги на имущество в РФ составляют в среднем 3%-4% в консолидированном бюджете страны.

В РФ размер и доля имущественных налогов за период 2009-2014 гг., составляют 3%-4% в доходах консолидированного бюджета (Таблица 2).

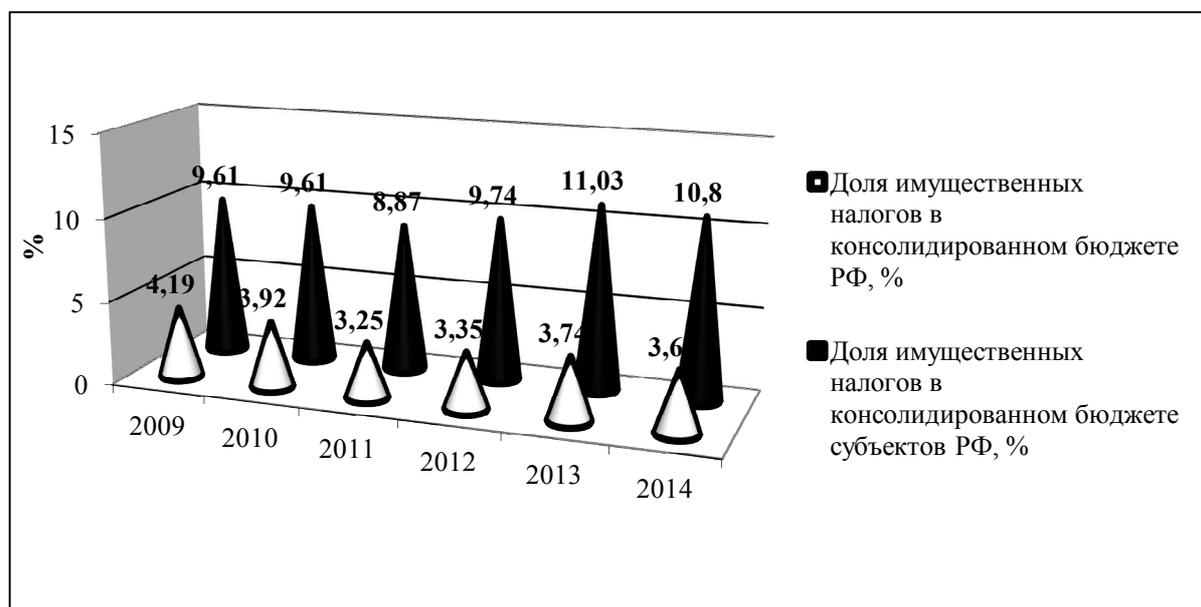
Таблица 2 – Поступление имущественных налогов в консолидированный бюджет РФ за 2009-2014 гг.

Год	Доход консолидированного бюджета, всего, млрд р.	Доля имущественных налогов в консолидированном бюджете РФ, %	Доход консолидированных бюджетов субъектов РФ, млрд р.	Доля имущественных налогов в консолидированном бюджете субъектов РФ, %
2009	13 599,7	4,2	5 926,6	9,6
2010	16 031,9	3,9	6 537,3	9,6
2011	20 855,3	3,3	7 644,2	8,9
2012	23 435,1	3,4	8 064,5	9,7
2013	24 082,4	3,7	8 164,7	11,1
2014	26 371,1	3,6	8 905,5	10,8

Источник: составлена по данным www.info.minfin.ru

Имущественные налоги составляют существенную долю доходов консолидированных бюджетов субъектов РФ. По состоянию на 01.12.2014 г. сумма поступлений по налогу на имущество физических лиц составила 24,5 млрд р., что на 11% больше суммы поступлений за 2013 г.; по земельному налогу – 167,2 млрд р., что на 7% больше суммы поступлений за аналогичный период прошлого года; по налогу на имущество организаций 624,1 млрд р., что на 1,5% больше суммы поступлений за 2013 г. Рост поступлений по имущественным налогам обусловлен проведением налоговыми органами и Росреестром верификации баз данных, содержащих сведения об объектах недвижимости и их правообладателях, по итогам которой возросло количество объектов налогообложения, вовлекаемых в налоговый оборот по налогу на имущество физических лиц на 348 тыс. объектов, по земельному налогу – на 1,7 млн объектов. Это позволило дополнительно привлечь к уплате налога на имущество физических лиц и земельного налога 1,2 млн и 1,7 млн налогоплательщиков соответственно. Сыграло роль и введение кадастровой стоимости по налогу на имущество организаций для ряда объектов недвижимости. Поступления налогов на имущество в России, заметно увеличившиеся в 2009 г. (с 1,20% до 1,47% ВВП), несколько снизились (до 1,41%

ВВП в 2010 г. и до 1,37% ВВП в 2012 г.) [15]. При этом, средняя доля имущественных налогов в консолидированном бюджете субъектов РФ составила 9,95% (Рисунок 2).



Источник: составлен по данным www.info.minfin.ru

Рисунок 2 – Динамика поступлений имущественных налогов, %

Однако, в связи с тем, что большинство объектов недвижимости принадлежит все таки, физическим лицам, в целях дальнейшего повышения собираемости имущественных налогов, а, следовательно, увеличения самостоятельности местных бюджетов, было принято решение ввести в НК РФ новую главу 32 «Налог на имущество физических лиц», где налоговой базой стала являться кадастровая стоимость.

Процесс введения в России единого налога на недвижимость показал, что с момента озвучивания такой новации в 1997 г. и проведения эксперимента по налогообложению недвижимости в Великом Новгороде и Твери [3], дискуссии ученых и практиков то стихали, то вновь активизировались. Анализ многочисленных материалов показывает, что за десять лет соотношение мнений за и против введения налога практически не изменилось и колеблется в среднем в соотношении 50:50. В 2013 г. 48% россиян положительно отнеслись к введению нового налога на жилье, при этом среди жителей Москвы и Санкт-Петербурга количество тех, кого устраивает новый налог, составило 65% [7].

О намерении правительства по объединению налогов на землю и имущество стало известно в 2004 г., когда состоялось концептуальное обсуждение Законопроекта № 51763-4 (проект главы 32 НК «Налог на недвижимое имущество») [9]. Правительство РФ рассматривает налог на недвижимость, как один из главных источников самофинансирования муниципалитетов, что было учтено при разработке поправок к Законопроекту

путем включения в ст. 61-61.2 Бюджетного кодекса РФ соответствующих положений по нормативу 100%. Суть нового налога заключается в том, что он рассчитывается исходя из кадастровой, а не инвентаризационной стоимости имущества. Кадастровая стоимость не является рыночной, однако в большей степени к ней приближена, и значительно превышает инвентаризационную стоимость.

В соответствии с Федеральным законом от 04.10.2014 г. № 284-ФЗ часть вторая Налогового кодекса РФ дополнена главой 32 «Налог на имущество физических лиц», которая вступила в силу с 1 января 2015 года [2].

Сравнительная характеристика основных элементов нового налога, введенного главой 32 НК и действовавшего до 1 января 2015 года Закона РФ от 09.12.1991 г. № 2003-1 «О налогах на имущество физических лиц» представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Сравнение основных элементов налога на имущество физических лиц

Элемент налога	Закон РФ от 09.12.1991 г. № 2003-1	Глава 32 НК
Налогоплательщики	Физические лица – собственники имущества, признаваемого объектом налогообложения	Физические лица, обладающие правом собственности на имущество, признаваемое объектом налогообложения
Объект налогообложения	Жилой дом, квартира, комната, дача, гараж, иное строение, помещение и сооружение, доля в праве общей собственности	Жилой дом, помещение, гараж, машино-место, единый недвижимый комплекс, объект незавершенного строительства
Элемент налога	Закон РФ от 09.12.1991 г. № 2003-1	Глава 32 НК
Налоговая база	Инвентаризационная стоимость	Кадастровая стоимость. В отдельных случаях инвентаризационная стоимость
Налоговая ставка	Устанавливается органами местного самоуправления. Дифференциация ставок осуществляется в установленных пределах в зависимости от суммарной	Устанавливаются нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований: 0,1% – в отношении жилых домов, жилых помещений; объектов незавершенного

	<p>инвентаризационной стоимости: до 300 тыс. р. – до 0,1%; от 300 тыс. р. до 500 тыс. р. – от 0,1% до 0,3%; свыше 500 тыс. р. – от 0,3% до 2%</p>	<p>строительства в случае, если проектируемым назначением таких объектов является жилой дом; единых недвижимых комплексов, в состав которых входит хотя бы одно жилое помещение (жилой дом); гаражей и машино-мест; хозяйственных строений или сооружений, площадь каждого из которых не превышает 50 м² и которые расположены на земельных участках, предоставленных для ведения личного подсобного или индивидуального жилищного строительства; 2% – в отношении объектов налогообложения, включенных в перечень, определяемый в соответствии с п.7 ст. 378.2 НК РФ, в отношении объектов налогообложения, предусмотренных абз. 2 п.10 ст. 378.2 НК РФ, а также в отношении объектов налогообложения, кадастровая стоимость каждого из которых превышает 300 млн р.; 0,5% – в отношении прочих объектов налогообложения</p>
<p>Налоговые льготы</p>	<p>Устанавливаются ст. 4 ФЗ № 2003-1 – на федеральном уровне. Органы местного самоуправления имеют право устанавливать налоговые льготы по налогам и основания для их использования</p>	<p>Устанавливаются ст. 407 НК РФ. При этом, ст. 403 НК устанавливаются различные вычеты (20 м², 10 м², 50 м²; 1 млн р. для отдельных категорий недвижимости)</p>

	налогоплательщиками	
Налоговый период	Календарный год	Календарный год
Порядок уплаты	Налог исчисляется на основании данных об инвентаризационной стоимости по состоянию на 1 января каждого года. Уплата налога производится не позднее 1 ноября года, следующего за годом, за который исчислен налог	Налог подлежит уплате налогоплательщиками в срок не позднее 1 октября года, следующего за истекшим налоговым периодом

Источник: составлена на основании гл. 32 НК РФ и Закона РФ от 09.12.1991 г. № 2003-1 «О налогах на имущество физических лиц»

При этом, в отдельных регионах России уже введен новый порядок расчета налога на имущество физических лиц. Так, по данным ФНС РФ, начиная с 2015 года, для расчета налога на имущество физических лиц будет использоваться кадастровая стоимость в муниципальных образованиях 28 субъектов РФ, в числе которых: Республики Башкортостан, Бурятия, Ингушетия, Коми, Мордовия, Татарстан, Карачаево-Черкесская Республика, Удмуртская Республика, Амурская, Архангельская области и Ненецкий АО, Владимирская, Ивановская, Магаданская, Московская, Нижегородская, Новгородская, Новосибирская, Пензенская, Псковская, Рязанская, Самарская, Сахалинская, Тверская, Ярославская области, Забайкальский край, город федерального значения – Москва, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Ямало-Ненецкий автономный округ.

В других регионах, налоговой базой (до принятия органом исполнительной власти субъекта РФ решения о применении в качестве налогооблагаемой базы кадастровой стоимости) останется инвентаризационная стоимость объектов недвижимости, за исключением жилых домов и жилых помещений, по которым определяется кадастровая стоимость. Такая возможность сохраняется вплоть до 2019 года.

В соответствии с проектом Основных направлений налоговой политики на 2015-2017 гг., с 1 января 2020 года существующий порядок расчета налога по инвентаризационной стоимости объекта предполагается отменить на всей территории РФ вне зависимости от решения органа государственной власти конкретного субъекта [6]. Поэтапное введение новой системы имущественного налогообложения связано с неоднородностью развития российских регионов, а его одномоментное введение по всей территории страны может способствовать социальной напряженности в обществе: налоговая нагрузка на каждое физическое лицо увеличится в среднем в три раза. Так, по расчетам ФНС России и исследовательского холдинга РОМИР, проведенным в 2014 г., 71% россиян

владеют квартирами площадью 55-60 м² [19]. Налог на жилые объекты при ставке в 0,1% от кадастровой стоимости объекта составит в среднем 1,9 тыс. р. с квартиры. Для сравнения: ранее имущественный налог составлял в среднем около 686 р. в год. Изменение налоговой нагрузки будет неравномерным и сильнее скажется на владельцах старых домов.

Величина федерального минимального размера оплаты труда (МРОТ) в 2014 г. составила 5 554 р., а средний уровень заработной платы по данным Росстата – 33,28 тыс. р. [18]. При этом, условия жизни граждан России по субъектам значительно диверсифицированы. В этой связи, отдельные исследователи справедливо указывают на серьезную опасность, связанную с обострением социально-экономических проблем. Долговая нагрузка на домохозяйства увеличилась с 10% семейного бюджета в 2007 г. до 19% в 2014 г., по данным Минэкономразвития [21]. Необходимо учитывать и дополнительную финансовую нагрузку на домохозяйства по ипотечному кредитованию и обязательному, в этом случае, страхованию жилья, а также по постоянно растущей стоимости коммунальных платежей. Так, по итогам 2014 г. россияне задолжали государству 132 млрд р. за коммунальные услуги, а размер просроченной задолженности по ипотечному кредитованию составил 42 млрд р. Кроме того, с 2007 года в России наблюдается значительный рост разрыва между доходами богатых и бедных. Все эти данные указывают на то, что у населения нашей страны существуют значительные проблемы с выплатами всех своих долгов.

Организация кадастрового учета и оценки недвижимости. Главными целями создания государственного кадастра недвижимости являются: создание условий, способствующих соблюдению прав на недвижимое имущество; разработка налоговой базы для земельного и имущественных налогов, а в дальнейшем для единого налога на недвижимость.

Государственный кадастр недвижимости (ГКН) на электронных носителях является частью Единой федеральной информационной системы, объединяющей ГКН и Единый государственный реестр прав на недвижимое имущество (ЕГРП).

Принципы ведения государственного кадастра недвижимости представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Принципы ведения ГКН

Принцип	Содержание
Единство	На всей территории РФ кадастр ведется по единой технологии на основе утвержденных форм и положений
Непрерывность актуализации	Изменения сведений об объектах недвижимости (уникальных или дополнительных) оперативно (в срок до 20 дней) вносятся в кадастр

Стабильность	Сведения об объекте недвижимости не считаются неактуальными и (или) подлежащими уточнению, если даже: изменены требования к точности или способам определения сведений об объектах недвижимости; изменены геодезические или картографические основы государственного кадастра, в том числе системы координат; истек определенный период со дня завершения кадастрового учета объекта; ранее внесенные в кадастр сведения сохраняются при их изменении
Общедоступность сведений	Кадастровые сведения (за исключением связанных с государственной тайной) являются открытыми для всех заинтересованных лиц – по запросу или по интернету. Персональные данные (Ф.И.О., адрес и т.п.) предоставляются с согласия владельца объекта
Сопоставимость	Кадастровые сведения должны быть сопоставимы со сведениями в других государственных информационных ресурсах путем обмена информацией с Росреестром, ФНС России и органами, которые ведут другие кадастры – градостроительный, лесной, водный и др. (их около 20)
Дублирование	Ведение кадастра осуществляется на бумажных и (или) электронных носителях. Приоритет имеют сведения на бумажных носителях. Кадастр на электронных носителях – часть единой федеральной информационной системы, объединяющей кадастр недвижимости и ЕГРП
Постоянство	Документы кадастра недвижимости хранятся постоянно: уничтожение их и изъятие каких-либо частей запрещено

Источник: [8]

Сведения об объектах недвижимости, права на которые зарегистрированы в ЕГРП, представлены в таблице 5.

Таким образом, к 01.01.2015 г. количество объектов недвижимости, права на которые зарегистрированы в ЕГРП возросло, по сравнению с 2014 годом, на 7,25% или на 6 274 175 млн единиц объектов недвижимости.

Таблица 5 – Сведения об объектах недвижимости, права на которые зарегистрированы в ЕГРП, в целом по России
В единицах

Наименование показателя	По состоянию на 01.01.2014 г.	По состоянию на 01.01.2015 г.
Количество объектов недвижимости, права на которые зарегистрированы в ЕГРП, в том числе:	86 536 275	92 810 450
жилые помещения	45 164 394	48 280 250
земельные участки	28 462 716	31 046 141
нежилые здания (строения)	8 002 393	8 193 214

Источник: [20]

Сведения об объектах недвижимости, внесенных в ГКН, представлены в таблице 6, где также наблюдается увеличение количества объектов недвижимости, включенных в ГКН на 5,48% к 2015 году, или на 8 005 606 млн единиц объектов недвижимости.

Таблица 6 – Сведения об объектах недвижимости, внесенных в ГКН, в целом по России
В единицах

Название показателя	По состоянию на 01.01.2014 г.	По состоянию на 01.01.2015 г.
Количество объектов недвижимости, внесенных в ГКН, из них:	146 035 595	154 041 201
земельные участки	53 789 608	55 655 216
здания, сооружения, помещения, объекты незавершенного строительства	92 245 987	98 385 988

Источник: составлена на основании сведений из оперативной информации ФГБУ «ФКП Росреестра» по осуществлению государственного кадастрового учета

Заметно выросло число зарегистрированных договоров участия в долевом строительстве: всего за 2014 г. зарегистрировано 846 753 таких договоров, что на 38,5% больше, чем в январе-декабре 2013 г. (611 529 договоров). Количество зарегистрированной ипотеки жилья выросло на 14,1% – с 1 282 949 прав в январе-декабре 2013 г. до 1 463 522 прав в январе-декабре 2014 г. За отчетный период в упрощенном порядке (дачная амнистия) зарегистрировано 867 908 прав, в то время как за 12 месяцев 2013 года этот показатель составил 842 574 права. Любому принятому решению в отношении недвижимого имущества, как правило, предшествует его оценка. Законом об оценочной деятельности установлен следующий порядок проведения государственной кадастровой оценки (Рисунок 3). ГКО проводится в соответствии с Федеральным законом от 29.07.1998 г. № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» [4].

Принятие решение о проведении государственной кадастровой оценки	<ul style="list-style-type: none"> • Исполнительный орган государственной власти субъекта РФ или в случаях, установленных законодательством субъекта РФ, орган местного самоуправления
Формирование перечня объектов недвижимости, подлежащих государственной кадастровой оценке	<ul style="list-style-type: none"> • Росреестр
Определение кадастровой стоимости и составление отчета об определении кадастровой стоимости	<ul style="list-style-type: none"> • Исполнитель работ по определению кадастровой стоимости (оценщик)
Экспертиза отчета об определении кадастровой стоимости	<ul style="list-style-type: none"> • Саморегулируемая организация оценщиков
Утверждение результатов об определении кадастровой стоимости	<ul style="list-style-type: none"> • Исполнительный орган государственной власти субъекта РФ или в случаях, установленных законодательством субъекта РФ, орган местного самоуправления
Опубликование утвержденных результатов определения кадастровой стоимости	<ul style="list-style-type: none"> • Исполнительный орган государственной власти субъекта РФ или в случаях, установленных законодательством субъекта РФ, орган местного самоуправления
Внесение результатов определения кадастровой стоимости в государственный центр недвижимости	<ul style="list-style-type: none"> • Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральная кадастровая палата Росреестра»
Рассмотрение споров о результатах кадастровой стоимости	<ul style="list-style-type: none"> • Комиссия по рассмотрению споров о результатах определения кадастровой стоимости, • Арбитражный суд
Определение кадастровой стоимости вновь созданных объектов недвижимости и объектов недвижимости, в отношении которых произошло их количественное и (или) качественных характеристик	<ul style="list-style-type: none"> • Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральная кадастровая палата Росреестра»

Источник: составлен на основании № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в РФ»

Рисунок 3 – Порядок проведения ГКО

Работы по ГКО проводятся не реже, чем один раз в пять лет, при этом субъектами оценки выступают органы государственной власти (заказчики), с одной стороны, и профессиональные оценщики с другой (исполнители, являющиеся членами саморегулируемых организаций (СРО)).

Статьями 65, 66 Земельного кодекса, главой 31 НК РФ, постановлением Правительства № 945 «О государственной кадастровой оценке земель», постановлением Правительства № 316 «Об утверждении правил проведения государственной кадастровой оценки земель» установлено проведение работ по ГКО в целях определения налоговой базы для исчисления земельного налога и других платежей за земельные участки [14]. Из определения кадастровой стоимости, содержащегося в ФСО № 2 и ФСО № 4, следует, что такая стоимость определяется методами массовой оценки. Понятие «массовая оценка» ранее фигурировало в п. 10 ФСО № 2, но впервые оно наиболее четко было раскрыто в п. 6 ФСО № 4: «Под массовой оценкой недвижимости понимается процесс определения стоимости при группировании объектов оценки, имеющих схожие характеристики, в рамках которого используются математические и иные методы моделирования стоимости на основе подходов к оценке» [5].

Массовая оценка ведется по разработанным моделям, а для сложных объектов разрешено применение индивидуальных методик. При построении модели оценщики должны использовать информацию о сложившемся уровне рыночных цен.

Источники информации в данном случае выбираются ими самостоятельно: от государственных ресурсов до любых иных, содержащих сведения доказательного значения.

Всего по состоянию на 01.04.2015 г. в автоматизированной информационной системе ведения фонда данных государственной кадастровой оценки (АИС ФД ГКО) включено 507 отчетов по 83 субъектам Российской Федерации [16]. В том числе 97 отчетов об определении кадастровой стоимости зданий, помещений, сооружений, объектов незавершенного строительства.

Законодатель предусмотрел возможность оспаривания результатов проведенной ГКО в комиссиях по рассмотрению споров о результатах определения кадастровой стоимости (при условии, что с момента внесения стоимости в ГКН прошло меньше 6 месяцев) и в арбитражном суде или суде общей юрисдикции (если с момента внесения в ГКН кадастровой стоимости объекта недвижимости прошло более 6 месяцев).

Как показывает статистика, количество споров о несоответствии ГКО действительной рыночной стоимости объектов недвижимости в целом по России увеличивается: в 2006 г. их было 36, в 2007 г. – 43, в 2008 г. – 68, в 2009 г. – уже 340, в 2012 г. – 1 200, в 2013 г. – 4 546 [24]. За период с 01.01.2014 г. по 31.10.2014 г. в созданные при территориальных органах Росреестра комиссии по рассмотрению споров о результатах определения кадастровой стоимости поступило 10 782 тыс. заявлений о пересмотре результатов определения кадастровой стоимости в отношении 16 733 тыс. объектов недвижимости (Рисунок 4).



Источник: [24]

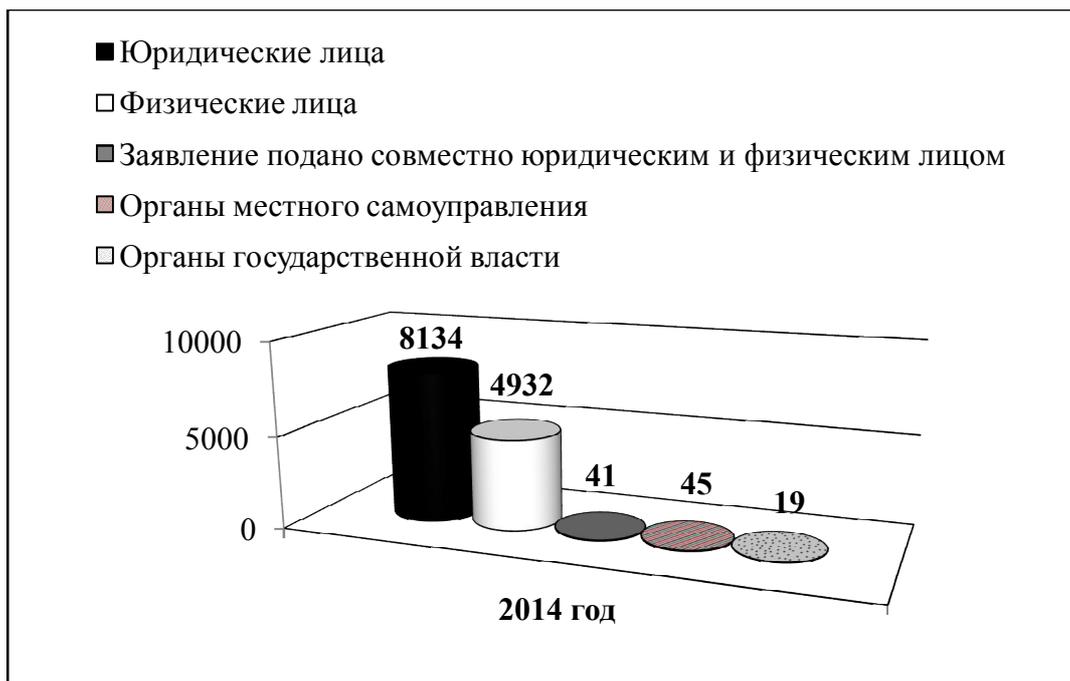
Рисунок 4 – Количество поданных заявлений в комиссии по рассмотрению споров о результатах определения кадастровой стоимости, по категориям заявителей, единиц

Из них 713 заявлений подано по основанию недостоверности сведений об объекте недвижимости, использованных при определении его кадастровой стоимости, 10 005 тыс. заявлений – по основанию установления в отношении объекта недвижимости его рыночной стоимости на дату, по состоянию на которую была установлена его кадастровая стоимость.

В 9 заявлениях указаны оба основания. В 55 заявлениях основание не указано.

Суммарная величина кадастровой стоимости до рассмотрения заявлений в Комиссиях составляла 2,5 трлн. руб., после – 1,5 трлн. руб., что свидетельствует о ее снижении на 40%.

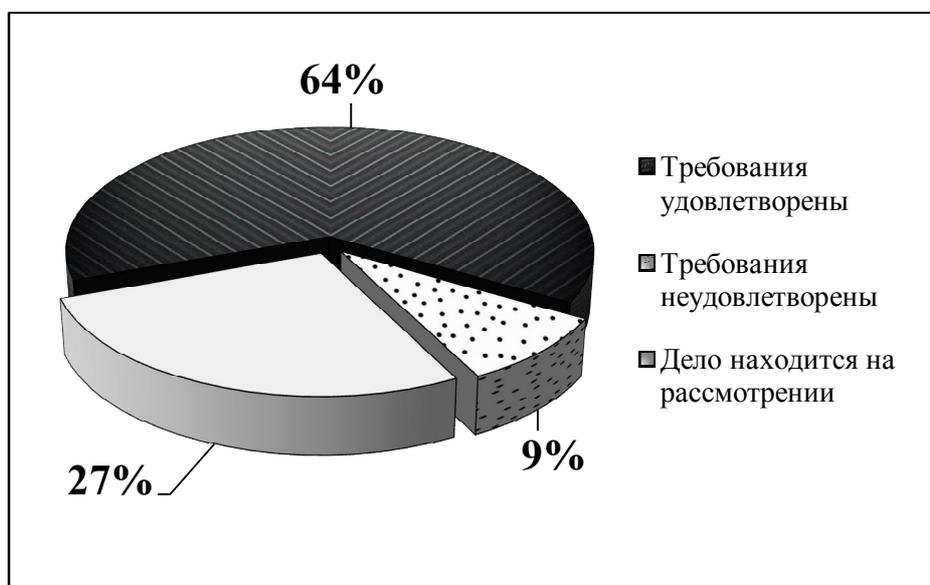
В судах, различными категориями заявителей за 2014 г. на территории РФ инициировано 13 171 тыс. споров о величине внесенной в ГКН кадастровой стоимости в отношении 26 349 тыс. объектов недвижимости (Рисунок 5).



Источник: [24]

Рисунок 5 – Количество поданных исков в суды, единиц

В результате рассмотрения таких споров требования истцов удовлетворены за указанный период в отношении 8 364 тыс. исков, не удовлетворены – в отношении 1 217 тыс. исков, на конец рассматриваемого периода находится на рассмотрении 3 590 тыс. исков (Рисунок 6).



Источник: [24]

Рисунок 6 – Результаты рассмотрения судами исков за 2014 г.

В результате вынесенных в судебном порядке решений наблюдается падение налоговой базы (суммарной величины кадастровой стоимости) приблизительно на 77,1%:

– суммарная величина кадастровой стоимости до оспаривания составляла около 1,05 трлн р.;

– после оспаривания – около 0,24 трлн р. [24].

Кроме того, в целях информирования различных субъектов правоотношений, складывающихся по поводу приобретения, продажи, использования недвижимости, таких как органы государственной власти, юридические, физические лица, сайт Росреестра предоставляет бесплатную услугу по предоставлению данных по исполнению функции государственной кадастровой оценки и зарегистрированных ценам сделок. Например, в Приморском крае, средняя удельная цена 1 м² в помещении за период 2011-2015 гг. составила 44 313, 7 тыс. р. за м². Средняя цена 1 м² земельного участка за исследуемый период составила 3 006,2 тыс. р. (Таблица 7).

Таблица 7 – Данные системы «Мониторинг рынка недвижимости» Росреестра по Приморскому краю

Год	Вид объекта недвижимости				
	Средняя удельная цена, р./м ²				
	Земельный участок	Здание	Объект незавершенного строительства	Помещение	Сооружение
2013	5 160,07	20 145,92	25 864,48	38 277,15	89 193,15
2014	2 689,63	141 211,62	11 491,04	46 319,38	159 199,79
2015	1 268,12	26 508,41	12 549,70	33 864,16	0
Год	Количество объектов, единиц				
	Земельный участок	Здание	Объект незавершенного строительства	Помещение	Сооружение
	2013	2 619	3 492	4	19 733
2014	2 714	3 116	3	15 964	14
2015	178	154	2	1 020	0
Год	Среднее значение площади, м ²				
	Земельный участок	Здание	Объект незавершенного строительства	Помещение	Сооружение
	2013	186 668,29	92,92	321	47,28
2014	19 300,09	89,43	2 259,33	48,99	597,21
2015	1 563,35	64,57	183,51	49,22	0

Источник: [22]

Одним из важнейших условий эффективного управления недвижимостью, не только как физическим объектом владения и использования, но и как правом на него, является принятая в стране система регистрации недвижимого имущества и сделок с ним. Уровень и качество ее постановки в значительной

мере определяет степень защиты прав и законных интересов граждан и организаций, а также наполнение бюджета государства и его субъектов за счет налогообложения.

В целом по РФ Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии достигла следующих показателей регистрационной деятельности, представленных в таблице 8.

Таблица 8 – Показатели регистрационной деятельности Росреестра

Наименование показателя	2013 г.	2014 г.	Относительное отклонение, %
Количество зарегистрированных прав, сделок, ограничений (обременений) прав на недвижимое имущество, единиц	25 512 448	25 534 570	0,1
Из них:			
Жилые помещения	10 792 258	10 478 206	-3,0
Земельные участки	6 623 502	6 735 253	1,7
Нежилые здания, сооружения (в том числе линейные), предприятия и иные объекты недвижимого имущества	1 827 895	2 072 826	13,4
При этом зарегистрировано, единиц:			
Договоров участия в долевом строительстве	611 529	846 753	38,5
Ипотек жилых помещений	1 282 949	1 463 522	14,1
Прав на объекты индивидуального жилищного строительства в упрощенном порядке «дачная амнистия»	842 574	867 908	3,0

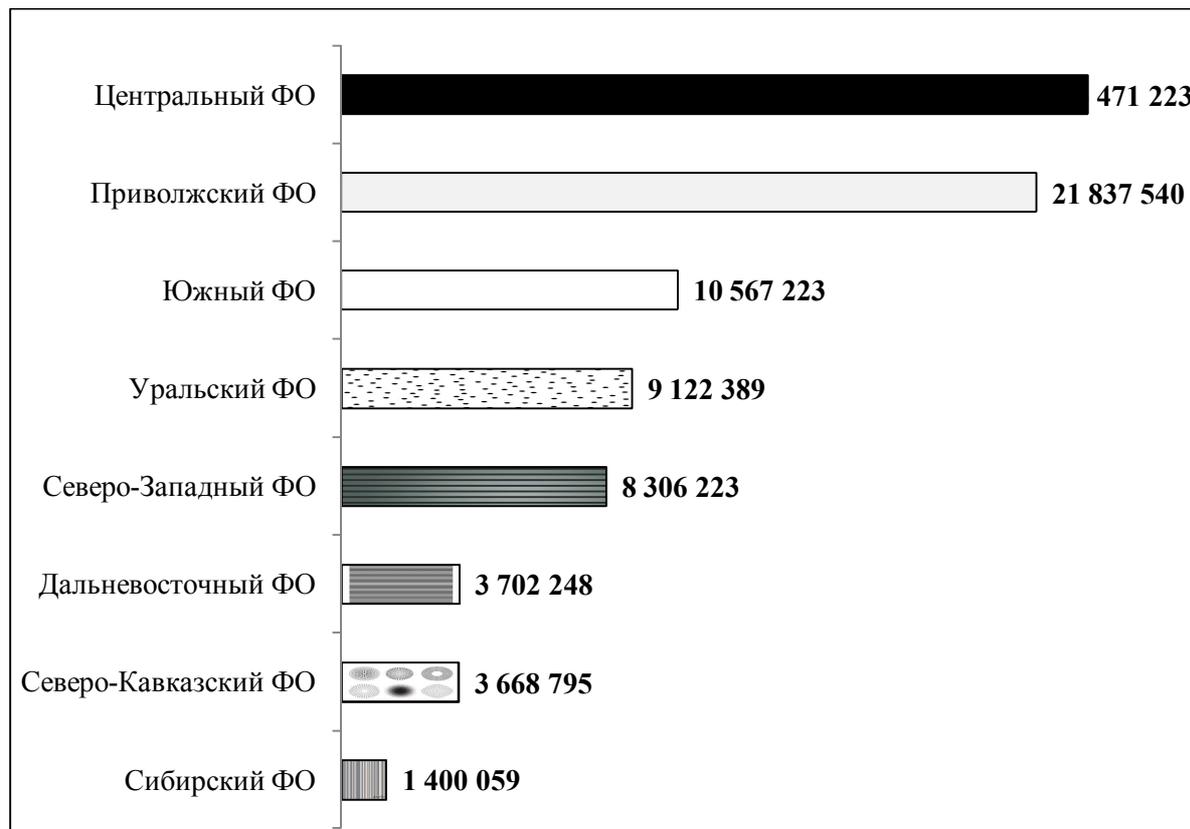
Источник: [23]

Данные таблицы № 8, свидетельствуют, что количество зарегистрированных прав, сделок ограничений (обременений) прав на недвижимое имущество в 2014 году существенно не увеличилось по сравнению с 2013 годом (+0,1%). В целом динамика положительная, однако, количество зарегистрированных жилых помещений сократилось в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 3%. Наибольший рост зафиксирован в регистрации договоров участия в долевом строительстве – 38,5%.

Общее количество поданных заявлений за исследуемый период времени представлено на рисунке 7.

В общей доле поданных заявлений доля Центрального ФО составляет 36,83%; доля Приволжского ФО – 34,27%; доля Южного ФО – 16,58%; доля Уральского ФО – 14,32%; доля Северо-Западного ФО – 13,04%; доля Дальневосточного ФО – 5,81%; доля Северо-Кавказского ФО – 5,75%; доля

Сибирского ФО – 2,20%. Крымский ФО в расчет не берется, в связи с его появлением только в 2014 году.



Источник: составлен авторами на основании статистических данных Росреестра

Рисунок 7 – Поданные в Росреестр заявления за 2012-2014 гг.

На законодательном уровне введены новые эффективные меры по защите прав собственников недвижимости, минимизирован перечень документов, представляемых заявителями для совершения регистрационных действий с объектами недвижимого имущества, а также сокращен срок предоставления данной государственной услуги до 18 дней.

Проблемы трансформации существующей системы имущественного налогообложения в новую конфигурацию принципов и инструментов налогообложения недвижимости единым налогом предопределены нерешенностью двух основополагающих вопросов: касающихся выбора модели оценки недвижимости и создания учетно-регистрационной системы на всех уровнях управления, включая органы ФНС России. При этом обсуждаемая концепция единого налога на недвижимое имущество повлечет за собой дополнительные методологические трудности [15].

Первая проблема заключается в несоответствии ГКО рыночной стоимости объекта недвижимости, т. е. в объективности ГКО как налоговой базы для единого налога на недвижимость и отсутствии работоспособного механизма оспаривания такой оценки.

Методика ГКО оценивается многими российскими экспертами как несовершенная: недостаточное количество признаков оценки; неверный подход к оценке земель незастроенной территории; существенное влияние на результаты оценки мнения экспертов (субъективизм оценки); слабая применимость материалов ГКО для целей управления, прогнозирования, планирования, установления различных видов стоимости и налогообложения.

Также не предусмотрен порядок отслеживания изменений ценообразующих факторов в течение налогового периода; недостаточно высока степень автоматизации обработки данных и расчетов; методикой предусмотрено малое число видов функционального использования и отсутствует их распределение по отраслям. За два года Росреестром была проведена оценка более 70 млн объектов по всей территории России, на что только из федерального бюджета выделено более 42,8 млрд р. [13].

Однако полноценная система кадастрового учета так и не создана. Методика массовой оценки недвижимости создается на основе тестирования, проведенного в Кемеровской, Тверской, Калужской областях и Татарстане, которое обошлось бюджету более чем в 380 млн р. [13].

По итогам эксперимента получилось, что средняя кадастровая стоимость недвижимости в двух регионах из четырех оказалась выше рыночной стоимости. Это полностью противоречит международным стандартам и практике массовой оценки недвижимости, так как кадастровая стоимость не должна превышать рыночную.

Развитые страны имеют значительный опыт имущественного обложения в рыночной экономике, но до сих пор не пришли к единой методике оценки недвижимости и используют ее многочисленные разновидности. Вместе с тем в развитых странах для целей налогообложения, как правило, применяется система консервативных оценок объектов недвижимости – на уровне около 40%-75% от максимальной рыночной цены (оценки), что исключает необходимость учитывать периодические спады-подъемы цен на рынке недвижимости [11].

Наиболее часто используемые подходы к оценке недвижимости изображены на рисунке 8.

Во всех зарубежных странах налогоплательщики имеют право оспаривать оценку принадлежащего им имущества. В РФ также практикуется оспаривание стоимости имущества в специально созданных комиссиях при Росреестре и судах.

Вторая проблема состоит в отсутствии у государства сведений о правообладателях на объекты недвижимости до 1997 г. – т. е. проблема создания актуального единого государственного учета недвижимости.



Источник: [25]

Рисунок 8 – Подходы к оценке недвижимости, используемые в иностранных государствах

В международной практике ГКН выступает исходной информационной основой в системе налогообложения.

Следовательно, достоверность и актуальность содержащихся в ГКН сведений о зарегистрированном объекте недвижимости, его стоимостной величине непосредственным образом влияют на эффективность формирования базы обложения и процедуры взимания имущественных налогов [10].

В целом, несмотря на имеющиеся проблемы в имущественном налогообложении новый налог на недвижимость позволит вывести из «тени» все неучтенные объекты обложения, сократит число имущественных налогов и упростит процедуру их исчисления. Все это позволит в достаточно короткий срок поднять долю налогов и сборов на землю, недвижимость и операций с ними до 25%-30%, сделает местные бюджеты действительно самостоятельными, опирающимися на собственную экономическую базу и собственный налоговый потенциал.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть первая : [по состоянию на 6 апреля 2015 г. : принят ГД 21 октября 1994]. – КонсультантПлюс. – Режим доступа : <http://base.consultant.ru>.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации: часть вторая : [по состоянию на 15 января 2015 г. : принят ГД 17 июля 2000]. – КонсультантПлюс.

– Режим доступа : <http://base.consultant.ru>.

3. О проведении эксперимента по налогообложению недвижимости в городах Великом Новгороде и Твери, № 110-ФЗ : [по состоянию на 28 июля 2004 г. : принят ГД 11 июня 1997]. – Рос. газ. 1997. 24 июля.

4. Об оценочной деятельности в Российской Федерации, № 135-ФЗ : [по состоянию на 03 марта 2015 г. : принят ГД 16 июля 1998]. – Рос. газ. 1998. 6 августа.

5. Об утверждении Федерального стандарта оценки «Определение кадастровой стоимости (ФСО № 4)» : [приказ Минэкономразвития России № 508 : принят 22 октября 2010]. – КонсультантПлюс. – Режим доступа : <http://base.consultant.ru>.

6. Проект основных направлений налоговой политики РФ на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minfin.ru>.

7. Абакаров, Р. Ш. Проблемы, препятствующие введению налога на недвижимость в Российской Федерации / Р. Ш. Абакаров, А. С. Набиев // Вестник ИГТУ. – 2014. – № 5 – С. 165–169.

8. Горемыкин, В. А. Экономика недвижимости : Рынок земельных участков и управление недвижимостью : учебник для академического бакалавриата / В.А. Горемыкин. – М. : Юрайт, 2014. – 537 с.

9. [Котляров, М. А. Оценка бюджетных последствий от введения налога на недвижимость граждан / М. А. Котляров, Д. А. Татаркин // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 36. – 58 с.](#)

10. Куш, Е. Н. Основные проблемы и перспективы введения налога на недвижимость в РФ / Е. Н. Куш, М. Ф. Кобылатова // Вестник университета. – 2015. – № 2. – С. 247–249.

11. Налоговые системы. Методология развития : учебник / И. А. Майбуров, Ю. Б. Иванова. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 463 с.

12. Николайчук, Е. А. Основные тренды налоговой политики в Европейских странах / Е. А. Николайчук // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – № 31. – С. 40 – 44.

13. Седаев, П. В. Анализ проблем введения налога на недвижимость и пути их решения / П.В. Седаев // Налоги и финансы. – 2014. – № 4. – С. 18–22.

14. Тарасевич, Е. И. Оценка недвижимости: учебник / Е. И. Тарасевич. – Спб. : СПбГТУ, 2011. – 422 с.

15. Юденич, Н. М. Развитие системы налогообложения недвижимости и сделок с ней в России : дис. ... к-та экон. наук : 08.00.10 / Наталья Михайловна Юденич. – М., 2014. – 149 с.

16. Автоматизированная информационная система ведения фонда данных государственной кадастровой оценки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosreestr.ru>.

17. Властям неизвестны владельцы 40% недвижимости в России // Экономика и жизнь. – 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eg-online.ru>.

18. Грицюк, М. В. Прожить на минимум [Электронный ресурс] / М. В.

- Грицюк // Российская газета. – 2013. – № 164. – Режим доступа: <http://www.rg.ru>.
19. Живут в 58 метрах, мечтают о 93 [Электронный ресурс]. // Исследовательский холдинг «Ромир». – 2014. – Режим доступа : <http://romir.ru>.
20. Итоги деятельности Росреестра по регистрации прав и кадастровому учету недвижимости за 2014 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://rosreestr.ru>.
21. Отключат все. Сколько нужно задолжать за ЖКХ, чтобы оказаться на улице [Электронный ресурс]. // Аргументы и факты. – 2014. – № 21. – Режим доступа : <http://aif.ru>.
22. Портал услуг Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://portal.rosreestr.ru>.
23. Сведения о деятельности Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним, в целом по РФ, форма № 8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://rosreestr.ru>.
24. Статистика рассмотрения споров об определении кадастровой стоимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://rosreestr.ru>.
25. Guide to taxes on real estate in CEE and CIS, edition 2014, KPMG [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.kpmg.com>.
26. Schellmann G. Property taxes round Europe and the US – Systems and Proceeds. Political Aspects [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfe-eutax.org>.

ГЛАВА IX. РАЗРАБОТАННОСТЬ ТЕОРИИ КОРРУПЦИИ: НАПРАВЛЕНИЯ, ПРЕДСТАВЛЕНИЯ, ЭЛЕМЕНТЫ, МОДЕЛИ[©]

О цикличности развития теоретического знания

В развитии теоретического знания о коррупции наблюдаются два направления. В первом направлении происходит переход от конкретно-наглядного к абстрактному мышлению – идеализациям, понятиям, суждениям, умозаключениям. Во втором осуществляется движение мышления от сущности к явлениям: интересными в явлениях оказываются лишь ее целесообразные грани, через которые проявляется сущность; теория формирует особый тип знания, позволяющий получать эмпирические зависимости как следствие из теоретических постулатов [1, с.147]. Кроме того, в теоретическом знании происходит смена и категориального статуса знаний – они теперь могут сопоставляться уже не только с результатами полученного опыта, но также и гипотез, проектов, программ, стратегий, предвосхищающих уже практику будущего. Для чего они строятся в категориях абдукции – необходимого и возможного. Теоретические знания об объектах уже отличаются от эмпирических предписаний для сложившейся практики воздействий на них тем, что служат основой будущих практических изменений этих объектов.

Мышление наполняется целесообразностью и смыслом. В этом пункте цикл развития теоретического знания о коррупции завершается, переходя к новой исходной ступени. В ходе циклического развития теоретические знания о коррупции не только углубляются в пределах области первичного обнаружения познаваемого явления, но и транслируются в новые сферы его существования: экономику, социологию, бизнес, государственное управление и т.д.

Наличие или отсутствие элементов теории, их численный состав в структуре теории характеризуют уровень развитости ее формы [1, с.153, 155], достигнутый в каждом из ее циклов. Набор элементов теории должен обеспечивать решение следующих исследовательских проблем коррупции: обобщение (выводы, умозаключения); доказательство истинности; генерирование новых идей; формулирование положений; открытие (выявление) признаков, отношений; объяснение фактов и следствий из них; опровержение (устранение противоречий, фальсификацию); структурирование знания; систематизирование; обоснование условий (построение схем); предсказание; развитие (расширение); формирование и уточнение представления о ней [1, с.156].

Направления развития научной дискуссии о коррупции

[©] *Жигун Л. А., Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, г. Москва.*

Научная дискуссия по проблеме явления коррупции была инициирована выходом в свет монографии «Коррупция в американской политике и жизни» Р. Брукса [2]. Лишь через сорок лет проблема коррупции ненадолго вновь привлекла внимание в 1951-1952 гг. в связи публикацией монографии Г.Г. Вилсона «Конгресс: коррупция и компромисс» [3].

В период с 1957 по 1970 гг. XX века фокус дискуссии о коррупции был сосредоточен на политической теории, государственном и муниципальном праве [4]. Повороту к экономической интерпретации в анализе коррупции положила начало статья анализа политической коррупции с точки зрения прибылей и издержек Дж.С. Найя [5]. В 70-х годах в исследование экономических и политэкономических вопросов коррупции важный вклад внесен С. Роуз-Аккерман [6]. В результате произошло дополнение моральных и экзистенциальных оценок коррупции как неизбежного зла из-за склонности человека к наживе, прагматическим моделированием и прогнозированием последствий коррупционных практик. По оценке Д. Рогозина в 2012 г., такой сдвиг в интерпретации коррупции позволил перейти от отображения эмпирических зависимостей между ее статистически фиксируемыми признаками к разработке теории коррупции, которая обладает значительно большей познавательной силой, чем предшествующие им моральные или правовые концепции [4].

С 1986 г. расширилось экономическое объяснение коррупции [7]. Государство как область для функционирования политической коррупции начало рассматриваться и объясняться через экономическую аргументацию [8].

Наиболее цитируемые статьи в начале 2000-х гг. фактически отражают результаты исследований предыдущего десятилетия: «Причины коррупции: кросс-национальное исследование» Д. Трайсмана [9], «Теневые экономики: размер, причины и последствия» Ф. Шнайдера и Д. Энста [10], «Как налогообложение коррумпирует международных инвесторов?» С. Вайя [11]. Наступило время ослабления активности научных дискуссий в статьях, апробации уже разработанных теоретических моделей, пересмотра и корректировки ранее выдвинутых теорий и, оценки влияния глобализации. Структура сфер проявления коррупционной проблематики в 3168 научных статьях [4] ISI Web of Science распределилась в следующем отношении: экономическая – 31,4%, политическая – 21,1%, бизнес – 9,5%, планирование устойчивого развития – 8,5%, исследования территорий – 8,3%, государственное управление – 7,7%, криминология – 7,4% и право – 5,9%. Очевидно, что каждая из сфер проявления коррупции должна опираться на присущую ей группу теорий. В некоторых вопросах они могут пересекаться, а в некоторых, дополнять одна другую.

По национальному индексу теоретической разработанности темы коррупции, Россия в 2011 г. из 50 стран активно исследовавших проблемы этого явления, занимала самый низший рейтинг (-5,00) [4]. Из этого следует, что Россия сама служила объектом и предметом изучения, вместо того, чтобы стать центром теоретического и методологического изучения коррупции. Ближайшая к России Индонезия имела индекс равный -2,61, а индекс Японии, находящейся

на 36 месте рейтинга, составил -0,33.

Вместе с тем по результатам поискового запроса слова «коррупция» в РИНЦ в марте 2015 г. нами было выявлено 9158 публикаций, из них 55,1% в тематике «Государство и право. Юридические науки», 25,7% «Экономика. Экономические науки», 19,2% «Политика. Политические науки». Следовательно, в российской науке более разработанными являются правовые аспекты коррупции, чем ее экономические и политические стороны.

В целом теоретическая разработанность характеризует широту и глубину развитости понятийно-терминологического состава, раскрытие законов, объясняющих природу и факты коррупции, а также ее последствий, степень удовлетворения общественных потребностей в указании направлений противодействия ей и предложении эффективных средств и методов в этой деятельности.

Обиходные в России в 90-х годах понятия блат и взятка [12], к 2000-х годам вытеснены понятиями сетевой откат и распил, отражающих уже не индивидуальное поведение, а институциональные особенности коррупционных сделок [13].

По П. Книну, понимание феномена российской коррупции возможно лишь через рассмотрение особенностей эксплуатации активов государства частными организациями, так как унаследованное Россией состояние от СССР продолжает эксплуатироваться ими прежними практиками хозяйствования использования государственной собственности [14]. Согласно Маурсецу, иностранные компании, инвестировавшие капитал в реальный сектор экономики России, неожиданно натолкнулись на систему практики хозяйствования, состоящую из множества коррупционных схем, где и бизнесмены, и чиновники представляют запутанную и скрытную сеть взаимосвязанных участников [15]. Пониманию генезиса коррупции в современной России помогает работа Дж. Монтиас и С. Роуз-Аккерман 1981 г. [16].

На формирование коррупционного образа современной России за рубежом оказали влияние статьи П. Дининио с Р. Орттунгом о схемах коррупции на региональном уровне [17] и политическом подкупе М. Голдмана [18], а также сборник под редакцией Роберта Орттунга и Энтони Латта «Российские битвы с криминалом, коррупцией и терроризмом» [19].

Тимоти Фрай и Ичиро Ивасаки на основе анализа взаимодействия предприятий с государством посредством представителя государственных органов в совете директоров компании сгруппировали взаимоотношения государства и бизнеса в России по трем типическим основаниям: сотрудничеству на сговоре (самая распространенная форма), управленческому соподчинению и извлечению ренты [20].

Всеобъемлемость коррупционной культуры как общественного явления в России на бытовом уровне была установлена Кэтрин Хэндли. Она, посредством анализа участников серии фокус-групп, вскрыла их предрасположенность избегать правового решения возникающих сложностей и противоречий, склоняясь к нелегальным, сближающимся со взяточничеством и коррупцией, приемам преодоления проблем [21].

Систематизации теорий коррупции

Теоретические знания о коррупции дают целостное представление о ее действительных закономерностях и существенных связях [22]. Они выступают и как учение, система основных идей в той или иной сфере применения, например, в сфере противодействия коррупции.

В России наибольшее распространение получили теории нравственно-этической, экономической, институциональной коррупции, политической, классов, социально-исторической. По мнению Д. А. Гридякина, раскрытию содержания и особенностей противодействия коррупции служат следующие теории [23]: власти и политической легитимации [24], социального взаимодействия [25], аномии и социальной девиации [26], организации и управления [27]. Кроме названных имеется целый ряд других теорий [28].

Среди разнообразия обобщений теорий коррупции эпистемический интерес представляет группировка теорий, сделанная Гйалтом де Граафом: из Свободного Университета Амстердама. В ней он выделяет следующие шесть групп [29, с.45-46]: 1) теория общественного выбора, 2) теории «гнилого яблока», 3) теории организационной культуры, 4) теории столкновения нравственных ценностей, 5) теории этики публичной власти, 6) «теории» корреляции определяющих факторов, к которым, по Холбруку и Мейеру, в 1993 г. отнесены история, культура, урбанизация, образование [29, с.60-61].

Теории коррупции различаются по направленности, например, направленность на объяснение природы коррупции (принципала, привилегий, бедности, транзакций, виктимности), способов воздействия на нее (антикоррупционной политики), на инструментальный состав (открытости-гласности, транспарентности, эгоизма). Так, теория открытости-гласности противодействия коррупции входит в состав теорий антикоррупционной политики и объясняет, как изменяется коррупция под воздействием открытости органов управления (рисунок 1).

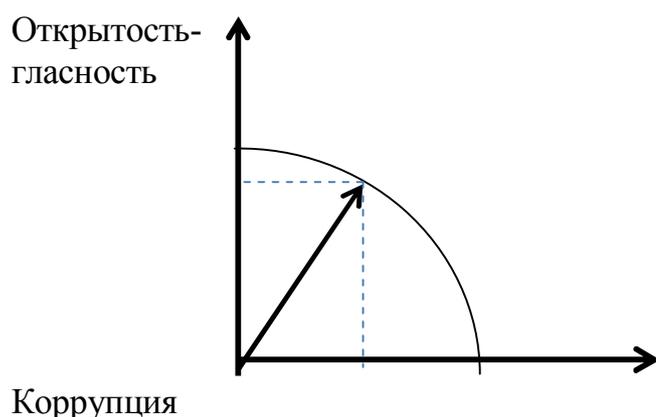


Рисунок 1. Зависимость изменения коррупции под воздействием открытости

Из рисунка 1 следует, что чем больше открытость-гласность в органах управления, тем меньше в них коррупция.

А.М. Рахимжанов считает, что теории коррупции образуют следующие

четыре большие группы: 1) в сфере государственного управления, 2) в парламентской деятельности, 3) на негосударственных предприятиях с коммерческо-хозяйственной деятельностью, 4) во время выборов [30].

1. Коррупцию в сфере государственного (муниципального) управления теории объясняют наличием возможности их служащих (чиновников) распоряжаться государственными (муниципальными) ресурсами и осуществлять действия (бездействия) согласно своим индивидуальным корыстным мотивам, а не в соответствии с регламентами, требующими соблюдения интересов государства и общества.

2. Теории парламентской коррупции объясняют ее проявлением ряда форм нелегального законодательного лоббирования и в предумышленном принятии таких законов, которые придают коррупционной деятельности легитимность, либо включают в них положения, выгодные ограниченному кругу частных лиц или организаций.

3. Теории коррупции в негосударственных коммерческих либо общественных организациях и предприятиях объясняют ее тем, что уполномоченные ими работники имеют возможности распоряжаться не принадлежащими им активами, средствами и ресурсами (рабочими, оборудованием, сырьем, товарами, денежными средствами, информацией). Некоторые из сотрудников имеют возможность преступного обогащения посредством действий в пользу иной стороны, но нанося тем самым ущерб интересам своей организации.

4. Теории коррупции выборных кампаний объясняют ее тем, что избиратель обладает по Конституции правом посредством голосования делегировать свои "властные полномочия" избираемому представителю. Согласно законодательству, избиратель должен принимать решение о делегировании своих полномочий тем кандидатам, которые, согласно его взгляду, могут представлять его интересы. Такой порядок служит общественно признанной нормой. Однако коррупционеры незаконно превращают это право в «торгуемый» ресурс. В случае покупки кандидатом голосов избирателя оба вступают в такую сделку, в итоге которой избиратель получает деньги или иные блага за нарушение законов, а кандидат, нарушивший избирательное законодательство, стремится неправомерно создать себе преимущество быть избранным для незаконной узурпации властного ресурса.

Инновационную теорию коррупции предложил А. Яшник. Ее ядро – эгоизм собственников [31]. Ключевым инструментом ее обоснования служит метод анализа нечетких множеств, основывающийся на применении функции принадлежности качественных характеристик к их количественным оценкам. Например, функция принадлежности элемента «низкий уровень коррупции» нечеткого множества «коррупция» даже при «нулевой» частной собственности имеет значение 0,2. При доле частной собственности больше 50 % проявляется «высокий уровень коррупции», а при частной собственности больше 75 % в государстве проявляется только «недобросовестная конкуренция» и соответственно ей «высокий уровень коррупции». Вместе с тем, она приводит к противоречию: при 100% частной собственности в государстве, что исключено,

уровень коррупции абсолютен – значение его функции принадлежности равно 1,0. Это противоречие А. Яшник объясняет так: чем выше доля частной собственности в государстве, тем больше появляется субъектов, у которых есть из чего «дать». Несмотря на противоречие теории А. Яшника, польза от нее в том, что в ней поставлен вопрос о предельных границах коррупции, поиске тех пороговых областей, где возникает и исчезает коррупция. Пока же иные теории сосредоточены на проблемах сдерживания либо противодействия коррупции.

При объяснении отдельных видов коррупции в бизнесе и быту, а также выявлении предела терпимости общества к коррупции, по мнению А. Быстровой и М. Сильвестрос, предпочтительными являются социокультурные теории [32].

Среди теорий коррупции встречаются и поверхностные, которые строятся на анализе того "где дают", "за что дают", "кому дают", а затем делаются выводы и предложения.

Законы теорий коррупции

Целостность теории о коррупции придает обобщение научного знания о ней, выраженное законом – способе отражения устойчивости связей и отношений между предметами и явлениями, а также устойчивости структуры самих этих предметов и явлений.

Теоретическое знание о коррупции выражает способ утверждения истинности представлений о ней и ее проявлениях. Благодаря этому появляется возможность объяснять факты, сопутствующие ей и формулировать достоверные предположения о возможных последствиях ее действия.

Теоретические знания о коррупции образуются эмпирическими и абстрактно-логическими, универсальными, частными, детерминистическими и стохастическими законами.

Более всего распространены эмпирические законы коррупции. Так, в 1968 г. С. Хунтингтон выявил эмпирический закон повышения коррупции при переходе от бюрократической модели государственного аппарата к демократизированной [33, с.609-610].

Многие законы выражают причинно-следственные связи по модели умозаключения: «**Если** имеет место данный факт, **то** с необходимостью следует, что наблюдается такой-то признак (свойство, отношение). Например, в такой формулировке: «...**если** действие это *не составляет* нарушения обязанностей службы, **то** получение вознаграждения относится к первому виду взяточничества, т. е. к *мздоимству*, а если составляет – то к *лихоимству*» [34].

Пример другой формулировки: «...совершению коррупционных преступлений нередко способствует низкий уровень правосознания и нравственности должностных лиц, их слабая юридическая подготовка. Некоторые из них считают, что **если** они выполняют незаконные распоряжения своих начальников, которые, как правило, отдаются устно, **то** их действия не являются наказуемыми» [35, с.78].

В ряде законов с причинно-следственными связями умозаключения построены по модели: **чем**, ... **тем**.... Например, «**Чем** больше открытость органов государственного управления, **тем** меньше уровень коррупции в них».

Универсальные законы коррупции формулируются по модели: «Для **каждого** факта, **если** (где, когда) он обладает определенным свойством (признаком, отношением) «Р», **то** он обладает также свойством «Q». Следующая формулировка представляет пример универсального закона: «Для **каждого** случая поставки товара, **если** приемщики розничной торговой организации покупателя берут взятки от поставщиков, **то** это признак коррупции в них» [36].

Формулировка стохастического закона в выводе не содержит категоричности: ...**если** факт обладает свойством Р, **то вероятно** (возможно) он обладает также свойством «Q». Примером стохастического закона служит такая формулировка «...каждый год от государственных служащих требуют заполнения специальных форм для декларации их имущества, активов и долгов. **Если** они не могут объяснить, откуда у них дополнительные финансовые средства, **то можно предположить**, что источником является коррупция» [35, с.99-100].

Истинность самих законов теории устанавливается через их следствия – эмпирические зависимости, получаемые из теоретических постулатов. Так, из теории привилегий следует, что противодействие коррупции требует вдвое больших усилий, чем соблюдение имеющихся привилегий – нормативно-правовых (законных) полномочий – НПП (рисунок 2, где вектор С вдвое больше площади оставшихся после узурпации коррупционерами привилегий). Данное следствие сближает теорию привилегий с постулатом теории «гнилого яблока».

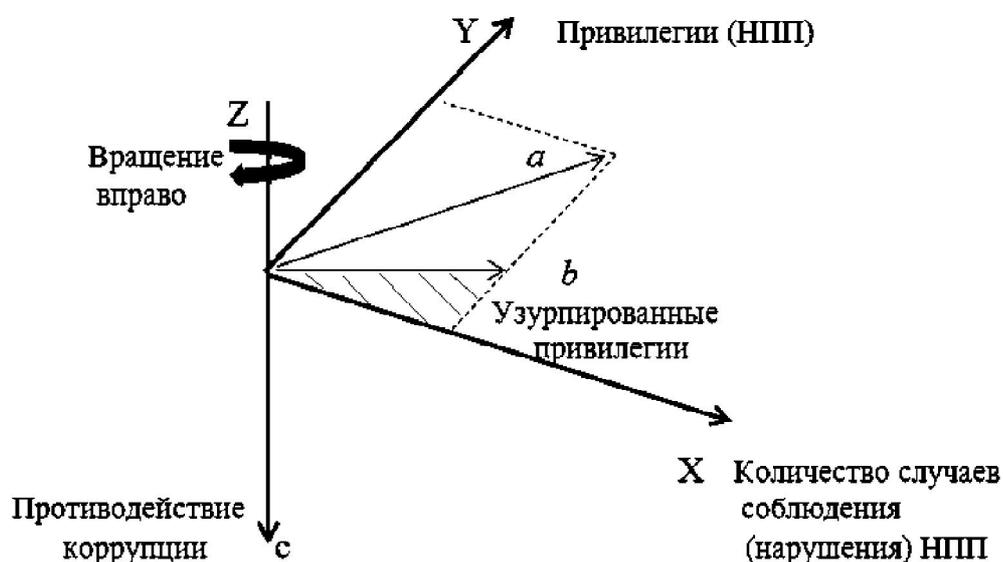


Рисунок 2. Следствие из закона привилегий, где вектор a – соблюдение НПП; вектор b – нарушение НПП; вектор c – противодействие коррупции.

Элементы теорий коррупции

Элементами теорий служат понятия, категории, факты, принципы, законы, положения, аксиомы, постулаты, суждения (связи понятий и их отношений выраженных посредством утверждения или отрицания), идеализированные

объекты, типы, классы, модели, философские установки. Основными функциями теории является: обобщение, объяснение, служить средством отбора приемов и методов воздействий на коррупцию, предсказание, быть руководством к действию.

Исходными элементами теорий служат **понятия** – простейшие мыслительные формы теории. Они представляют теоретическое отражение их существенных свойств, признаков и отношений в изучаемых объектах. Как отмечал В. А. Канке в 2007 г., «Главная особенность понятия состоит в том, что оно никогда не соотносится лишь с признаком отдельного объекта (явления, процесса). Понятие всегда есть образ того или иного признака класса объектов... качественно тождественных друг другу ... Но количественно отличающихся друг от друга» [37, с.18-19]. По нашему с А. Я. Чернышом (2012) мнению: «Понятия выступают в качестве эталонов класса, которым в обычных условиях должны соответствовать конкретные (единичные) объекты (процессы, явления)» [38, с.104]. Отсутствие какого-либо из признаков понятия в явлении ставит под сомнение истинность утверждения относительно такого явления.

Комплекс понятий, всесторонне характеризующих явление и процессы коррупции, образует тезаурус теорий коррупции. При объяснении явлений, фактов и законов, обеспечивающих борьбу и противодействие коррупции, по нашим данным, применяется 124 ключевых понятия и термина. Понятия формулируются в результате осуществления человеком деятельности, и отражают ее наиболее существенное содержание. Так, понятие коррупции начало складываться с образованием централизованных государств и их правовых систем.

Понятия одного и того же явления различаются содержанием. В частности, в определении Роуз-Аккерман, «коррупция социальное явление, характеризующееся подкупом – продажностью государственных и иных служащих, принятием ими материальных и нематериальных благ и преимуществ за деяния, которые могут быть выполнены с использованием официального статуса данных субъектов, связанных с этим статусом авторитета, возможностей, связей» [26, с.8] – содержится семь признаков: 1) социальный, 2) подкуп-продажность, 3) служащий, 4) принятие благ, 5) преимущества за деяние, 6) использование официального статуса, 7) возможности официального статуса.

Простейшая формулировка понятия коррупция включает только три признака: «коррупция – это использование государственным служащим (чиновником) служебного положения в личных целях» – 1) государственный служащий, 2) служебное положение, 3) личные цели. По данным С. С. Сулакшина, С. В. Максимова, И. Р. Ахметзяновой и др., таким представлением о коррупции пользовались 60% опрошенных ими в 2009 г. экспертов этой сферы знаний [39].

В современной политической науке формулировка понятия коррупция включает пять признаков: «коррупция – это отношения особой зависимости между субъектами политической, хозяйственной и иной деятельности, которая, предполагает оказание разного рода услуг за разнообразное официально

непредусмотренное вознаграждение» [23] – 1) отношения, 2) субъекты, 3) деятельность, 4) услуги, 5) непредусмотренное вознаграждение.

Известны также иные формулировки понятия: “злоупотребление публичной властью ради частной выгоды” Джозефа Сентурия [40] в 1931 г.; «...совершение или не совершение какого-либо действия при исполнении обязанностей или по причине этих обязанностей в результате требуемых или принятых подарков, обещаний или стимулов или их незаконное получение всякий раз, когда имеет место такое действие или бездействие» из Кодекса поведения должностных лиц по поддержанию правопорядка Генеральной Ассамблеи ООН в 1979 г. [41].

Различие признаков в понятии, в частном случае, «коррупция», обусловлено различиями философских оснований истинности явления коррупции. Следуя одному из них, необходимо строго соблюдать указанные в избранном понятии признаки. Это позволяет осуществлять конструктивное обсуждение данного явления участниками дискуссии. Если участники следуют разным философским основаниям, то их дискуссия бесплодна. В целом в научной среде до сих пор отсутствует единый подход к определению понятия коррупция и, по мнению М. А. Грибкова, это связано со сложностью и многогранностью этого явления [42, с.3].

Принцип (от лат. *principium* – начало, основа) – оценочный признак, служащий исходным (основным) обуславливающим положением (выводом) теории (учения, науки, мировоззрения, практической деятельности). Обуславливает ценностное отношение субъекта к характеристикам объектов своих управляющих воздействий на процессы и условия коррупции. Служит основой по выбору метода воздействия на коррупцию. Позволяет интерпретировать содержание предложений, в т.ч. научных законов и используемых в теории других концептов. В теории коррупции, служит правилом или нормой, сформулированной людьми и носит субъективный характер. Принцип представляет инструмент абдукции, принимает формы мнения, идеи, подхода, правила, требования, предписания, предположения, стремления, положения, ожидания, утверждения, предпочтения, обозначения, склонности.

Примером применения принципов служит сфера противодействия коррупции, осуществляемая в России на основе следующих принципов статьи 3 Федерального Закона «О противодействии коррупции» [43]:

1) признание, обеспечение и защита, основных прав и свобод человека и гражданина. Защита включает в себя охрану правопорядка, борьбу с преступностью и поддержание режима конституционной законности;

2) законность, т. е. строгое соблюдение требований законодательства в профилактической деятельности;

3) публичность и открытость деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, т. е. гласность и обеспечение свободного доступа граждан к информации о деятельности вышеуказанных органов;

4) неотвратимость ответственности за совершение коррупционных правонарушений;

5) комплексное использование политических, организационных, информационно-пропагандистских, социально-экономических, правовых, специальных и иных мер;

6) приоритетное применение мер по предупреждению коррупции;

7) сотрудничество государства с институтами гражданского общества, международными организациями и физическими лицами.

Правовую основу противодействия коррупции помимо Конституции РФ, конституций субъектов Федерации и законов, образуют общепризнанные принципы и нормы международного права.

Положение – это суждение (утверждение), которое обосновывается в процессе аргументации. Примером положений состояния знаний о противодействии коррупции в органах государственной власти современной России служат нижеследующие три [23].

1. Осуществляемые в настоящее время институтами гражданского общества аналитические проекты дают возможность объективно оценивать масштаб и характер коррупции в российском обществе. Новое осмысление антикоррупционной политики как научно обоснованной деятельности, осуществляемой последовательно и системно государственными органами власти, предполагает учет усиления значения структур гражданского общества как энергичных субъектов противодействия коррупции в современной России.

2. Многоуровневость и сложность коррупции как социального явления содержит разнообразные скрытые формы, которые мешают выявлению и регистрации коррупции по факту преступления, существенно осложняют техническую процедуру учета и возможность юридического воспрепятствования подобному деянию. Коррупция охватывает не только госаппарат, но и социальные, политические, экономические отношения в негосударственной сфере. Поскольку коррупция обычно представлена продолжительным действием, то криминологический подход не может определить ее как комплексное социальное явление, так как фокусирует внимание на отдельном преступном деянии.

3. К числу важнейших стратегий противодействия коррупции органы государственной власти относят стратегию устранения условий ее возникновения. Она концентрируется не на коррупционере, а на пресечении стимулов к осуществлению коррупционных преступлений. Комплекс мер борьбы с коррупцией служит инструментом антикоррупционной политики. Система борьбы с коррупцией включает политические, юридические, управленческие средства, обеспечивающие комплексное воздействие на всевозможные проявления коррупционной деятельности. Структура системы борьбы с коррупцией в органах государственной власти образована политико-идеологическими, политико-нормативными, политико-управленческими элементами.

Для оценки разработанности теории коррупции имеет большое значение также широта фактов, набор идеализаций, аксиом, постулатов и других элементов формирования теоретического знания, применяемых в раскрытии содержания, процессов, тенденций, закономерностей, признаков и эффектов,

присущих данному явлению.

Модели коррупции

Модель коррупции – есть теоретическое представление о реальной системе участников коррупции, составе ее элементов, количестве и характере связей между ними, выполняемых системой коррупционных функций в ходе реализации выбранных участниками стратегий своего поведения и имитации коррупционных эффектов.

Соответственно видам коррупции их модели могут быть социальными, экономическими, политическими и т.д.

Детально разработанной в 1975 г. является модель коррупции как социального отношения Э.К. Бэнфилда из Гарвардского университета (США). Ее элементами служат следующие звенья [44]:

официальный представитель власти – субъект деловых кругов;

госслужащий – политик;

официальный представитель власти – частные лица, решающие свои личные проблемы, не связанные ни с бизнесом, ни с политикой.

Эти звенья благодаря внутренним взаимодействиям бюрократического аппарата приводят к трехчленной структуре: “шеф - агент – клиент.

По утверждению Э.К. Бэнфилда, для возникновения коррупции необходимо существование трех видов экономических агентов: первый - уполномоченный, второй - делегирующий полномочия (доверитель), третий - лицо, доходы которого и потери зависят от первого агента (уполномоченного). Уполномоченный агент склонен к коррупции в такой степени, в какой он способен скрыть коррупцию от доверителя (шефа). Уполномоченный превращается официально в коррупционера, когда осознанно нарушает интересы доверителя, действуя нелегально или неэтично, пренебрегая его принципами" [44].

Модель коррупции «принципал (шеф) – агент (уполномоченный)» впервые исследована Гарри С. Бекером и Георгом Дж. Стиглером [45] в 1974 г., а в последующем – Эдвардом Банфилдом в 1975 г., Сюзан Роуз-Аккерман в 1975 и 1978 г.г., Робертом Клитгаардом в 1988 и 1991 г.г. Они отталкиваются от честности агента, варьирующейся от уровня его заработной платы [33, с.599-600].

Исходя из модели коррупции «принципал-агент» как данности, А. Шляйфер и Р. Вишни в 1993 г. сосредоточились на последствиях коррупционного размещения ресурсов в странах с развивающейся экономикой, в частности, на следующих вопросах: как организованы коррупционные связи, почему даже хорошо организованная коррупция появляется как более извращенное налогообложение, почему коррупция замедляет развитие. Они определили коррупцию как продажу официальными представителями органов власти государственной собственности для личных целей [33, с.600]. В результате они выявили три вида моделей коррупции:

1) монополистическую, при которой предоставляемые общественные блага сосредоточены в одних руках и контролируются из единого административного центра;

2) нерегулируемую, согласно которой подразделения бюрократической организации действуют относительно друг от друга независимо в сферах полномочий;

3) конкурентную, в соответствии с которой всякое общественное благо предоставляется более, чем одной бюрократической службой.

На основе проведенных исследований А. Шляйфер и Р. Вишни утверждают, что при ослаблении центральных правительств для снижения коррупции более благоприятны модели «независимых монополистов» [33, с.600].

Анализируя классификации коррупции и методы ее изучения А.М. Рахимжанов, выявил, что в странах, где коррупция является актуальной частью политики и используется для противостояния между кланами, наблюдаются следующие три вида моделей коррупции: а) азиатская, б) африканская, в) латиноамериканская [30].

В азиатской модели коррупция воспринимается не только как общепринятое, но и социально приемлемое культурное и экономическое явление, которое отождествляется с функционированием государства.

В африканской модели предполагается, что власть изначально продается группе доминирующих экономических кланов, находящихся в сговоре между собой, и политическими средствами защищает надежность их существования. Помимо этого, в ней развиты обычаи землячества. В африканских странах госслужащий в большинстве случаев получает образование на средства, собранные для него всеми жителями родной деревни. Став госслужащим, он полагает, что обязан помогать своим односельчанам, обращающимся к нему. Если ему удастся добиться высокой должности, то он, подчиненный ему аппарат, формирует из своих земляков. Не смотря на то, что высокопоставленным чиновникам гарантируются вполне внушительные доходы, все же, коррупция в виде взятки, по некоторым подсчетам, приносит им до трети их общих доходов.

Латиноамериканская (мафиозная) модель коррупции определяется тем, что при потворстве коррупционированного государства нелегальные и криминализованные сферы экономики достигают столь значительной власти, которая сравнима с силой государства. В результате эти сферы экономики образуют государство в государстве. Важным выводом А.М. Рахимжанова из анализа латиноамериканской модели является то, что она, дестабилизируя политику такого государства, при всплеске борьбы с коррупцией влечет к установлению диктатуры, после которой может произойти его трансформация в африканскую модель.

Авторы монографии по исследованию «Государственной политики противодействия коррупции и теневой экономике в России» указывают на равновесные модели коррупции «доход-расход», «правового поведения», а также «кнута и пряника», «тотальной войны», «псевдолиберальности», политики противодействия, точечных ударов, системного воздействия [46, т.1, с.с.129, 261-262, 300, 334-336].

Таким образом, проведение научных исследований коррупции в мире и в

России востребовано сложившимися конкретно-историческими условиями развития общества, характером имеющихся деформаций в политических, социальных и экономических отношениях, а также механизме функционирования государства, обеспечивающего его нужды. Разработанность теории коррупции предопределяет направления антикоррупционной политики государства, способы выявления коррупциогенных факторов в действующих и разрабатываемых нормативно правовых актах, их последующей нейтрализации и устранения, способствует обнаружению источников возникновения коррупционных отношений и применению эффективных средств их искоренения.

В целом изложенные положения методологии анализа разработанности теорий коррупции по направлениям, представлениям, элементам и моделям позволяют эффективнее оценивать получаемые ими результаты, их теоретическую и практическую значимость, а также определять актуальные проблемы проведения новых научных исследований коррупции, сохраняя их научную преемственность.

Список литературы:

1. Жигун Л.А. Эпистемическое обоснование онтологических схем познания и построение исследовательских программ // Вестник Всероссийской государственной налоговой академии Министерства финансов Российской Федерации. М.: Изд-во ВГНА, 2011, №2, с.147-160; с. 152- 153.
2. Brooks, R.C. Corruption in American politics and life. New York: Dodd, Mead and Co, 1910. (2nd ed. New York: Arno Press, 1974).
3. Wilson, H.H. Congress: Corruption and compromise. New York: Rinehart, 1951.
4. Рогозин Д. Обзор публикаций о коррупции // Отечественные записки, 2012. №2 (47). URL: <http://www.strana-oz.ru/2012/2/obzor-publikaciy-o-korrupcii> (Дата обращения 27.03.2015).
5. Nye, J.S. Corruption and political development – Cost-benefit analysis, 1967.
6. Rose-Ackerman, S. 1975. The economics of corruption. *Journal of Public Economics* 4(2). February. 187—203; Rose-Ackerman, S. 1978. *Corruption: A Study in Political Economy*. New York: Academic Press.
7. Lui, F.T. 1985. An equilibrium queuing model of bribery. *Journal of Political Economic* 93(4), August, 760—81. Cadot, O. Corruption as a gamble // *Journal of Public Economics*. 1987. Vol. 33. No. 2. P. 223-244. Alam, M.S. Anatomy of corruption – An approach to the political-economy of underdevelopment // *American Journal of Economics and Sociology*. 1989. Vol. 48. No. 4. P. 441-456.
8. Rose-Ackerman, S. 1986. Reforming public bureaucracy through economic incentives. *Journal of Law, Economics and Organization* 2(1), 131-161.
9. Treisman, D. The causes of corruption: A cross-national study // *Journal of Public Economics*. 2000. Vol. 76. No. 3. P. 399-457.
10. Schneider, F., Enste, D.H. Shadow economies: Size, causes, and consequences // *Journal of Economic Literature*. 2000. Vol. 38. No. 1. P. 77-114.
11. Wei, S.J. How taxing is corruption on international investors? // *Review of*

Economics and Statistics. 2000. Vol. 82. No. 1. P. 1-11.

12. Ledeneva, A.V. Practices of exchange and networking in Russia // *Soziale Welt-Zeitschrift für Sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis*. 1997. Vol. 48. No. 2. P. 151-153.

13. Cheloukhine, S., King, J. Corruption networks as a sphere of investment activities in modern Russia // *Communist and Post-communist Studies*. 2007. Vol. 40. No. 1. P. 107-122. Orlova, A. Corruption in Russia – On the myth of the market and the state as antidote // *Osteuropa*. 2008. Vol. 58. No. 1. P. 21-26. Holmes, L. Corruptin and organized crime in Putin's Russia // *Europe-Asia Studies*. 2008. Vol. 60. No. 6. P. 1011-1031. Stein-Redent, R. Schwarz, M. State and economy in Russia. Interest conveyance between corruption and concertation // *Politische Vierteljanresschrift*. 2008. Vol. 49. No. 3. P. 576-582.

14. Kneen, P. Political corruption in Russia and the Soviet legacy // *Crime Law and Social Change*. 2000. Vol. 34. No. 4. P. 349-367.

15. Maurseth, B. Norwegian companies's experiences in Russia // *Internasjonal Politikk*. 1997. Vol. 55. No. 1. P. 61-64.

16. Montias, J.M. and Rose-Ackerman, S. 1981. Corruption in a Soviet-type economy: theoretical considerations. In *Economic Welfare and the Economics of Soviet Socialism: Essays in Honor of Abram Bergson*, ed. S. Rosefielde, Cambridge: Cambridge University Press.

17. Dininio, P., Orttung, R. Explaining patterns of corruption in the Russian regions // *World Politics*. 2005. Vol. 57. No. 4. P. 500-503.

18. Goldman, M.I. Political graft: The Russian way // *Current History*. 2005. Vol. 104. No. 684. P. 313-318.

19. *Russia's battle with crime, corruption and terrorism* / Ed. by R. Orttung, A. Latta. New York: Routledge, 2008.

20. Frye, T.M., Iwasaki, I. Government directors and business-state relations in Russia // *European Journal of Political Economy*. 2011. Vol. 27. No. 4. P. 642-658.

21. Hendley, K. Mobilizing law in contemporary Russia: The evolution of disputes over home repair projects // *American Journal of Comparative Law*. 2010. Vol. 58. No. 3. P. 631-678.

22. Жигун Л.А. Теория организации: словарь. ИНФРА-М, 2012. с.99.

23. Гридякин Д. А. Противодействие коррупции в органах государственной власти в современной России: политологический аспект. Автореф. на соиск. уч. степ. к. полит. н. Краснодар: ГОУ ВПО Ставропольский государственный университет, 2009. URL: http://sartracc.ru/Disser/gridyakin.htm#_ftn1 (Дата обращения: 07.04.2015).

24. Mills, C. Wright. *The Power Elite*. USA: Oxford University Press, 1956. (Oxford University Press, 2000. 448 p.).

25. Мертон Р. К. Социальная теория и социальная структура. — М.: АСТ:АСТ МОСКВА:ХРАНИТЕЛЬ, 2006. — 873 с.

26. Роуз-Аккерман С. Коррупция и государство. Причины, следствия, реформы. Пер с англ. О. А. Алякринского. — М: Логос, 2003. — 356 с.

27. Михельс Р. К социологии партий в современной демократии. Предисловие к первому изданию// *Личность. Культура. Общество*. — 2002. —

Т.1V. – Вып. 3-4.

28. Гишинский Я. Коррупция: Теория, российская реальность, социальный контроль. URL: www.narcom.ru/ideas/socio/84.html (Дата обращения 27.03.2015).

29. Graaf, Gjalte de (2007): Causes of Corruption. Towards A Contextual Theory of Corruption, in: Public Administration Quarterly, 31, pp. 39–86.

30. Рахимжанов А.М. Классификация коррупции и методы ее изучения URL: <http://articlekz.com/article/8385> (Дата обращения: 03.01.2015).

31. Яшник А. Теория коррупции. Сайт «Макспарк». 30 марта 2012. URL: <http://maxpark.com/user/3693334074/content/1290361> (Дата обращения 03.01.2015).

32. Быстрова А., Сильвестрос М. Феномен коррупции: некоторые исследовательские подходы // Журнал социологии и социальной антропологии, 2000. Т.III, выпуск 1. URL: <http://www.old.jourssa.ru/2000/1/07bistrova.html> (Дата обращения 03.01.2015).

33. Shleifer A., Vishny R.W. Corruption // The Quarterly Journal of Economics. 1993. Vol. 107. № 3 (August), pp. 599-617; p.609-610.

34. Хрестоматия по истории отечественного государства и права. X век — 1917 год / сост. В. А. Томсинов. М.: Зерцало, 1999; 2004. С. 142.

35. Гриб В. Г., Окс Л. Е. Противодействие коррупции : учеб. пособие / В. Г. Гриб, Л. Е. Окс. — М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011. — 192 с.

36. Ткаченко Д. В., Горбачев М.Н. ОТКАТ-2. Особая Техника Клиентской АТтракции. М.: ЭКСМО, 2010. 160 с. URL: http://www.kniga.com/books/preview_txt.asp?sku=ebooks311626 (Дата обращения: 04.01.2015).

37. Философия учебника: монография / В. А. Канке. – Москва: Издательский дом «Университетская книга», 2007. 118 с.

38. Черныш А. Я. Теория экономики таможенного дела: монография / А. Я. Черныш, Л. А. Жигун. М.: Изд-во Российской таможенной академии, 2012. 200 с.

39. Сулакшин С.С., Максимов С.В., Ахметзянова И.Р. и др. Государственная политика противодействия коррупции и теневой экономике в России. Монография в 2-х т.омах; Т.2 М.: Научный эксперт, 2009.

40. Senturia Joseph J., Corruption, Political, in: Edwin R.A. Seligman (ed.), Encyclopedia of the Social Sciences, New York 1931, p.p. 448-452.

41. Кодекс поведения должностных лиц по поддержанию правопорядка. 106 Пленарное заседание. 34-я сессия Генеральной Ассамблеи ООН, 17.12.1979. Акт 34/169. Приложение, статья 7, п.б.

42. Грибков М.А. Противодействие коррупции. Краткая версия: монография / под общ. ред. акад. РАЕН А.В. Орлова ; М.А. Грибков, А.В. Орлов. — М.: Издательство «Палеотип», 2013. — 152.

43. Федеральный закон от 25 декабря 2008 года № 273-ФЗ (ред. от 12.28.2013) «О противодействии коррупции» //Собрание законодательства Российской Федерации, 29.12.2008, № 52 (ч. 1), ст. 6228.

44. Vanfield, E. C. Corruption as a feature of governmental organization.

Journal of Law and Economics 18(3), December. 1975. P.p. 587-605.

45. Becker, G.S. and Stigler, G.J. 1974. Law enforcement, malfeasance, and compensation of enforcers. Journal of Legal Studies 3(1), January. 1-18.

46. Сулакшин С.С., Максимов С.В., Ахметзянова И.Р. и др. Государственная политика противодействия коррупции и теневой экономике в России. // Монография в 2-х томах. Т. 1. М.: Научный эксперт, 2008.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Ершова Елена Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, Смоленский государственный университет, г. Смоленск.

Жигун Леонид Александрович – доктор экономических наук, профессор, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, г. Москва.

Кашена Наталия Борисовна – кандидат экономических наук, доцент, профессор, Харьковский государственный университет питания и торговли, г. Харьков.

Оксанич Елена Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент, Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар.

Петечел Татьяна Александровна – кандидат экономических наук, доцент, Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ), Школа экономики и менеджмента, кафедра «Финансы и кредит».

Романов Евгений Валентинович – доктор педагогических наук, профессор, Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, г. Магнитогорск.

Рыбьянцева Мария Сергеевна – кандидат экономических наук, доцент, Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар.

Сидорова Тамара Александровна – кандидат экономических наук, Харьковский государственный университет питания и торговли, г. Харьков.

Хазанова Диана Леонидовна – кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВПО Тамбовский государственный технический университет, г. Тамбов.

Хмеляк Анастасия Сергеевна – студент, Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ), г. Владивосток.

Цветкова Елена Валерьевна – старший преподаватель, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург.

Чмиль Анна Леонидовна – ассистент, Харьковский государственный университет питания и торговли, г. Харьков.

Шемятихина Лариса Юрьевна – кандидат педагогических наук, доцент, Уральский государственный экономический университет, Национальный центр деловых и образовательных проектов, генеральный директор.

Шипицына Ксения Сергеевна – ассистент, Уральский государственный экономический университет, Национальный центр деловых и образовательных проектов, г. Екатеринбург.

Научное издание

МОНОГРАФИЯ

**СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА:
АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ**

Книга 5

**под редакцией доктора экономических наук, профессора
Скорева М.М.**

Подписано в печать 31.08.2015. Формат 60x84 1/16
Бумага офсетная. Гарнитура «Times»
Печать цифровая. Усл. печ. л. 13,31. Заказ №241. Тираж 500 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии издательско-полиграфического комплекса СКФУ
г. Ставрополь