

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ "CHRONOS"  
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ  
СБОРНИК НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ**

**VIII МЕЖДУНАРОДНАЯ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»  
(06 октября 2016г.)**

г. Москва- 2016

© Научный журнал "Chronos"

УДК 330  
ББК У65

Сборник публикаций научного журнала "Chronos" по материалам VI, VIII международной научно-практической конференции: «Экономика и современный менеджмент» г. Москва: сборник со статьями (уровень стандарта, академический уровень). –М : Научный журнал " Chronos ", 2016. – 64с.

Тираж – 300 экз.

УДК 330  
ББК У65

Издательство не несет ответственности за материалы, опубликованные в сборнике. Все материалы поданы в авторской редакции и отображают персональную позицию участника конференции.

**Контактная информация организационного комитета конференции:**

Научный журнал «Chronos»

*Электронная почта:* [economy@chronos-journal.ru](mailto:economy@chronos-journal.ru)

*Официальный сайт:* [chronos-journal.ru](http://chronos-journal.ru)

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **МЕНЕДЖМЕНТ**

Ступак А.С., Сафин Ф.М. ФАКТОРЫ ДЕМОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ ОТДЕЛА ПРОДАЖ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЛАБОРАТОРНОГО РЫНКА РФ .....	4
Воронов А.А., Васильченко М.В. АНАЛИЗ МЕТОДОВ ПРОВЕДЕНИЯ СЕГМЕНТАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ.....	9

### **ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА**

Смолян Ксения Алексеевна «МОНИТОРИНГ РЫНКА КАК ИНСТРУМЕНТ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ» .....	15
---	----

### **ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ**

Артемов Роман Викторович СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЗМЕЩЕНИЯ НДС ПРИ ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЯХ .....	20
Маловичко Ксения Александровна ФИНАНСОВО ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ПРАВОНАРУШЕНИЯ В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ .....	27
Трескова Т.В., Нейф Н.М. ПОСТРОЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО ДЕНЕЖНОГО ПОТОКА.....	32

### **ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ**

Лебедев Ю. В. ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МЕХАНИЗМА УСКОРЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ.....	38
Прокушев Е.Ф., Голубь М.Е. О ПРЕОДОЛЕНИИ ПРОБЛЕМ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ И ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ .....	49

### **ЭКОНОМИКА ТРУДА. УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Воденко Константин Викторович МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В КОНТЕКСТЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТЕОРИИ .....	58
--	----

## МЕНЕДЖМЕНТ

### ФАКТОРЫ ДЕМОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ ОТДЕЛА ПРОДАЖ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЛАБОРАТОРНОГО РЫНКА РФ

**Ступак Артём Сергеевич**

*Аспирант Института социальных и гуманитарных знаний,  
420079, г. Казань, ул. Достоевского, 10  
Руководитель отдела продаж, Группа компаний «СИМАС»*

**Сафин Фадбир Магусович**

*доктор экономических наук, профессор  
Заведующий кафедрой менеджмента социально-культурной сферы  
КазГИК  
420059, г. Казань, ул. Оренбургский тракт, д. 3*

### ***DEMOTIVATION FACTORS EMPLOYEES SALES TRADING COMPANIES LABORATORY MARKET RF***

**Stupak Artem**

*Postgraduate, Institute for Social and Human Knowledge,  
420079, Russia, Kazan, Dostoevsky Street, 10  
Head of Sales Department, Group SIMAS*

**Safin Fadbir**

*Doctor of Economic Sciences, professor  
Head of the department of management of socio-cultural sphere KazGIK  
420059, Kazan, st. Orenburg tract, d. 3*

### АННОТАЦИЯ

В данном материале рассмотрены факторы демотивации сотрудников отдела продаж торгового предприятия лабораторного рынка РФ, причины возникновения этих факторов и возможные пути решения.

### ABSTRACT

This article covers factors of demotivation of the employees working in the sales department of a trading company in the Russian laboratory market, the causes of these factors and possible solutions.

**Ключевые слова:** демотивация персонала, мотивация менеджеров по продажам, лабораторное оборудование.

**Keywords:** demotivation of staff, motivation of sales managers, laboratory equipment.

Эффективно мотивировать торговый персонал к постоянному увеличению продаж — одна из наиболее сложных задач для руководителя. Система

мотивации менеджеров по продажам зависит от многих факторов: длительность цикла продаж, сложность продукта, образование и квалификация сотрудника, рынок сбыта, тип клиента и т.д.

Особенности продаж торгового предприятия лабораторного рынка РФ заключаются в длительном цикле продаж и, в том, что менеджер по продажам должен иметь теоретические научные знания, сформированные на их основе компетенции и практический опыт работы в лаборатории.

Цикл продажи лабораторного оборудования и расходных материалов может занимать от месяца до нескольких лет: от первого контакта с клиентом до поставки оборудования и ввода его в эксплуатацию.

Лабораторное оборудование является сложным (научное) продуктом, поэтому для совершения покупки клиенту необходим эксперт-консультант, который должен помочь подобрать наилучшее оборудование для решения исследовательских или производственных задач. Именно поэтому менеджер по продажам должен обладать, во-первых, профессиональными специализированными компетенциями, знаниями и, во-вторых, практическим опытом работы в профильной лаборатории. Эти факторы вносят специфику в систему мотивации сотрудников отдела продаж, которая должна быть основана и выстроена с учетом индивидуальных особенностей менеджеров, и функционально – предметных направлений, уровней развития лабораторного бизнеса.[2]

Зарплата, проценты с продаж, бонусы, подарки — это основные, признанные, наиболее эффективные инструменты мотивации любой компании. И в тоже время, опытные руководители знают, что деньги — не всегда самое главное для высокоинтеллектуального человека и профессионала своего дела. Поэтому очень важно использовать инструменты нематериальной мотивации персонала, которые позволяют компании более эффективно использовать своих работников, формируя у них причастность к общему делу, вовлекая в реализацию ее миссии. При таком подходе факторы нематериальной мотивации — общие ценности, уважение и признание, возможности для самореализации, постоянно «подогреваемый» интерес к работе, развивающаяся обратная связь становятся мощными источниками эффективности труда персонала. И тем не менее, если не удовлетворяется внутренняя мотивация сотрудника, добиться максимальной эффективности от его труда невозможно.

Организация оказывает на сотрудника разнонаправленное воздействие на формирование его внутренней мотивации. Это воздействие может быть продолжительным или кратковременным, положительным или отрицательным, сильным или слабым, прямым или опосредованным и т.д., которое требует учета взаимодействия сложных, разнонаправленных факторов. Прежде всего, многоплановость, сложность, противоречивость факторов внутренней мотивации сотрудника заключаются в том, что компании сложно повлиять на их своевременное изменение в нужном для организации направлении.

И в тоже время, компания может, поняв внутреннюю мотивация сотрудника, направить его на работу, которая будет соответствовать его внутренним потребностям, ценностям и интересам. Реализация этих условий формирует основы, побудительные факторы, которые приводят повышению эффективности труда сотрудника.

Важным свойством внутренней мотивации является то, что ряд факторов, существующих в организации могут иметь отрицательную направленность, привести к понижению эффективности труда работника. Особенно это проявляется в период адаптации, когда сотрудник только приступает к новой работе, внутренняя мотивация влияет на его поведение и эффективность труда максимально. Для высококвалифицированных специалистов новая работа — это новые цели и задачи, новые возможности для саморазвития и самовыражения, а также и перемены в личной жизни.

Подытоживая выше сказанное, можно сделать вывод, что главная задача организации, а точнее непосредственного руководителя взаимодействовать с сотрудником таким образом, чтобы поставленные цели и задачи не создавали дисгармонию с внутренней мотивацией подчиненного, то есть не становились факторами демотивации. Тем более, в условиях, когда организация может повлиять на внутреннюю мотивацию только в отрицательную сторону, необходимо приложить все усилия для минимизации появления демотивационных факторов. Безусловно, факторы демотивации являются индивидуальными для разных людей, и тем не менее, по нашему мнению, можно составить их классификацию, по степени влияния на внутреннюю мотивацию и эффективность труда на примере торгового персонала компании лабораторного рынка РФ.[1]

Факторы демотивации сотрудников отдела продаж торгового предприятия лабораторного рынка РФ:

1. Вера руководителя в «универсальность» менеджера по продажам узкого профиля.

Специфика лабораторного рынка накладывает некоторые сложности при подборе, адаптации и обучении менеджеров по продажам, которым предстоит заниматься сбытом одного вида продукта или нескольких видов продуктов.

Большинство специалистов лабораторного рынка приходят в торговлю оборудованием после трудовой деятельности в лабораториях, научно-исследовательских институтах, университетах, лабораториях производственных организаций и т.д. И, как правило, не знакомы с технологиями продаж, учетными системами (CRM-система), не обладают навыками переговорных технологий. Поэтому успехи и достижения в научной или производственной деятельности не означают, что профессионал в одной области является профессионалом во всём, в том числе и в искусстве продаж.

Чтобы избежать такого фактора демотивации, компания должна обучать вновь принятых менеджеров как технологии и способам продаж именно своих продуктов, так и знакомить с миссией компании.

## 2. Отсутствие эффективной коммуникации и поддержки руководителя.

Любому сотруднику необходима поддержка и постоянный информационный контакт с непосредственным руководителем, тем более если это менеджер по продажам сложного оборудования. Руководителю необходимо давать своевременную развивающую обратную связь с положительной мотивацией для достижения успеха в продажах. Безусловно, любой сотрудник может совершить ошибку в работе, и в тоже время, ошибки есть часть процесса обучения и развития. Для того чтобы вырастить профессионалов руководитель должен знать как делать «разбор полётов», чтобы подчиненный ушёл из кабинета начальника с чувством веры в себя и в успех, а также со знанием и пониманием наилучших вариантов решения производственных задач. Возможность открыто высказывать свою точку зрения, обсуждать все сложности и проблемы в открытом диалоге между руководителем и подчиненным являются основой высокоэффективных деловых отношений. Искренность и доверие в отношениях с руководителем могут решить большинство рабочих и даже личных проблем сотрудника.

3. Непосредственный руководитель не признает промежуточных результатов и успехов подчиненного.

В длинных и сложных продажах конечный результат работы сотрудника может быть увиден только через год и более, и эта специфика продаж лабораторного оборудования может влиять на уменьшение мотивации в долгосрочной перспективе. Не каждый человек готов трудиться максимально эффективно на протяжении несколько лет, ожидая результат в самом конце без дополнительных стимулов, эмоциональных поддержек, одобрений и поощрений. Переговоры с клиентом о закупке могут происходить в несколько этапов, далее идёт процесс согласования всей необходимой документации, участие в тендере (один из вариантов закупки), поставка оборудования, ввод в эксплуатацию и т.д. Чтобы избежать такого фактора демотивации руководителю компании необходимо отмечать достижение успеха сотрудника на каждом этапе продаж. Один из способов мотивации для персонала рутинной, каждодневной и сложной работы — это систематически подводить итоги с определенным временным интервалом: раз в несколько дней, неделю, месяц, квартал, год. Руководителю необходимо давать эмоциональную, психологическую и профессиональную поддержку и одобрение подчиненному. В таком случае вера в успех и желание достигать поставленных задач будут сопутствовать в работе менеджера на протяжении всего цикла продаж. Мотивация к успеху и оптимизм — основа любых продаж.

4. Нарушение писанных и неписанных договоренностей между сотрудником и компанией.

В сложных и долгих продажах бонусная часть зарплаты менеджера может складываться из нескольких ключевых показателей эффективности, которые должны быть объективны, прозрачны, достижимы и ясны для сотрудника. В идеале, менеджер по продажам должен иметь возможность самостоятельно посчитать сколько он заработает с каждой сделки, которую ведёт.

Если в компании нет однозначно поставленных объективных критериев оценки работы менеджера по продажам, то и в случае успешной продажи могут появиться субъективные причины, основываясь на которые руководитель может не выплачивать сотруднику бонусную часть зарплаты.

В долгих и сложных продажах объективная оценка работы менеджера довольно сложна, тем более если в проведении продажи участвовали несколько сотрудников компании из разных отделов. Чем сложнее продукт, который продаёт компания, тем больше навыков, компетенций, знаний и опыта необходимы для успешного сбыта товара, которыми должны обладать сотрудники компании. Субъективный метод оценки работы менеджера по продажам не только является фактором сильнейшей демотивации, но и банально разрушает доверие в отношениях между руководителем и подчиненным.

Рассмотренные факторы демотивации могут влиять не только на сотрудников отдела продаж, а также на весь персонал в компании в той или иной степени. И особенно остро факторы демотивации влияют на тех сотрудников, которые являются представителями компании для клиента.

Оптимизм, вера в успех, уважение к компании как одному из уважаемых игроков рынка лабораторного оборудования, личное уважение и доверие к руководителю — все это менеджер по продажам будет транслировать в своём поведении с клиентом. Руководителю следует относиться к своим подчиненным так, как бы он хотел, чтобы его сотрудники относились к клиентам компании.

#### **Список литературы:**

1. Андреева Т., Почему уходят лучшие: проблема демотивации персонала, [Электронный ресурс], Административно-управленческий портал - Режим доступа: <http://www.aup.ru/articles/personal/7.htm>
2. Адизес, И. «Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует». - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 266 с.

#### **References:**

1. Andreeva T. Why leave the best: the problem of demotivation of staff, [electronic resource], the Administrative Management Portal - Access: <http://www.aup.ru/articles/personal/7.htm>
2. Adizes, I. "Ideal head: Why can not it be, and what follows from this." - M.: Alpina Publisher, 2015. - 266 p.



## АНАЛИЗ МЕТОДОВ ПРОВЕДЕНИЯ СЕГМЕНТАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ

**Воронов Александр Александрович**

*Доктор экономических наук, профессор кафедры Мировой экономики  
и менеджмента*

*ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» г. Краснодар*

**Васильченко Мария Владимировна**

*Магистрантка 2 курса направление Менеджмент программа «Маркетинг»  
кафедры Мировой экономики и менеджмента  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» г. Краснодар*

**Аннотация:** В статье определены основные принципы сегментирования производственных рынков инновационных товаров и услуг. Представлен анализ методов проведения сегментации потребительского рынка инновационных продуктов.

**Ключевые слова:** сегментирование; потребительское поведение; рынки B2C и B2B

**Abstract:** In this article the basic principles of segmenting industrial markets innovative products and services. The analysis methods for segmentation of the consumer market of innovative products.

**Keywords:** segmentation; consumer behavior; B2C and B2B markets.

Статистика показывает, что примерно 80% инновационных проектов в России испытывают огромные трудности в реализации и финансировании, сталкиваясь с маркетинговой составляющей инновационного проекта, которая включает в себя стратегию позиционирования и поиск дальнейших каналов сбыта. В этом случае возникает необходимость уделить больше внимания маркетинговому сопровождению инновационной продукции или маркетингу инноваций.

Сегментация рынка является одной из основных функций в работе системы маркетинга инноваций и связана с осуществлением процесса классификации покупателей или потребителей товаров, присутствующих или выводимых на рынок. Таким образом, под сегментацией рынка можно понимать процесс деления рынка на однородные (гомогенные) группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться разнородные товары или услуги и разработка отдельных комплексов маркетинга.

Выделяют следующие принципы сегментирования производственных рынков инновационных товаров и услуг:

а) географический принцип – данный принцип сегментирования предполагает деление рынка на отдельные регионы, различающиеся в предъявляемых требованиях к инновационной продукции. Для рынка инновационной продукции региональное деление является одним из самых важных, так как региональные потребители инновационной продукции и особенно

потребители конечной продукции, имеют большие различия по предъявляемым потребительским требованиям.

При проведении сегментации по географическому принципу важно учитывать, как внутригосударственный, так и международный аспект. Также, для реализации инновационных товаров и услуг важно географическое распределение не только непосредственных потребителей результатов НИОКР, но и потребителей продукции, сопутствующей разработке НИОКР.

б) продуктово-отраслевой принцип имеет особую важность при определении сегментов производственных рынков для многопрофильных инновационных компаний, выпускающих продукцию для различных отраслей, а также компаний, выпускающих инновационную продукцию многоцелевого назначения;

в) функциональный принцип – согласно данному принципу всех потребителей инновационной продукции можно сгруппировать по выполняемым ими функциям. В этом случае понятие функции будет являться более емким, чем понятие технологии или продукции;

г) дисциплинарный принцип – потребители инновационной продукции могут создавать спрос на исследования в конкретных научных областях, таких, как физика, математика, химия, биология и др. Однако несмотря на общность научных интересов, приобретая одни и те же дисциплинарные исследования, потребители будут производить на их основе различные продукты, выполнять неодинаковые функции;

д) проблемный принцип – одни и те же научные проблемы, как правило имеющие междисциплинарный характер, могут интересовать различных потребителей инновационной продукции. К примеру, вопросы искусственного интеллекта и сверхпроводимости имеют межотраслевое и межфункциональное применение своих результатов;

е) демографический принцип (пол, возраст, количество членов семьи, уровень доходов, национальность, род деятельности, образование, вероисповедание, раса);

ж) психографический принцип (класс, образ жизни, тип личности);

з) поведенческий принцип (мотив покупки инновационной продукции, выгода от ее приобретения, социальный статус покупателя, интенсивность потребления данного вида продукции, степень приверженности к фирме, торговой марке или товару, степень готовности и восприятия инновационного товара или услуги, отношение к товару (услуге)).

Рассмотренные критерии сегментации инновационной продукции как правило используются в работе не по отдельности, а в какой-либо комбинации. Это необходимо с целью более точного определения потребности, для удовлетворения которой создается инновационный товар или услуга. При совпадении у нескольких групп потребителей установленных значений заданных переменных, появляется возможность сделать вывод о наличии определенного сегмента.

Прежде чем переходить к непосредственной сегментации необходимо определить целевые рынки разрабатываемой инновационной продукции. Согласно логике проведения анализа рынка «от общего к частному» до начала анализа, необходимо задать границы анализируемой системы. Так как в зависимости от определения рынка на котором работает или предполагается работать компания, будут определяться принципы и методы сегментации. Например, если целевой рынок компании – это рынок B2C, т. е. компания работает на потребительском рынке, принципы сегментации будут кардинальным образом отличаться от принципов сегментации, которые пришлось бы использовать компании, если бы она работала на рынке B2B.

Введение в оборот терминов B2B и B2C необходимо для проведения макросегментации, так как методы взаимодействия с сегментами конечных покупателей и компаний будут иметь отличия во всех значительных элементах мероприятий комплекса маркетинга, начиная с продукции и заканчивая необходимыми маркетинговыми коммуникациями.

Для получения рыночных сегментов потребителей инновационной продукции могут быть использованы два основных типа методов, а именно:

А. Выделить критерии, которые влияют на поведение потребителей на рынке инновационных товаров и услуг (при этом не имеет значения, каким способом они получены) и на их основе сформулировать критерии необходимой сегментации – это классический способ сегментирования, который включает этапы:

1. Анализ поведения потребителей.
2. Выделение факторов, влияющих на поведение потребителей.
3. Выбор критериев сегментации.
4. Проведение сегментации.

Б. Описать характеристики потенциальных потребителей инновационной продукции и сопоставить с фактическими продажами. После чего, с помощью факторного анализа выделить совокупность характеристик, определяющих продажи. Данная последовательность действий используется при кластерном анализе. Этапы будут следующие:

1. Определение характеристик потребителей.
2. Проведение кластерного анализа и выделение сегментов.
3. Формулирование критериев сегментации.
4. Проведение сегментации.

Поскольку и в том и в другом случае последующие этапы одинаковые: оценка привлекательности сегментов и выбор целевых сегментов, уже на этапе выбора критериев сегментации, стоит подумать о том, как будет проводится оценка привлекательности выделенных сегментов.

В зависимости от типа рынка можно выделить следующие сегменты (табл.1).

Таблица 1 Сегментация на рынках B2C и B2B (разработано автором)

Тип сегментации	Рынок B2C	Рынок B2B
Географическая сегментация	место жительства	местоположение
Демографическая сегментация	возраст	отрасль/ тип бизнеса
Психографическая сегментация	социальная группа	размер компании
	образ жизни	платежеспособность
	покупательная способность	периодичность закупок
	требования к качеству и после продажному обслуживанию	величина закупаемой партии
	приверженность определенной марке	требования к качеству

Все этапы проведения сегментации рынка инновационных товаров и услуг должны быть основаны на результатах, полученных в ходе конкретных маркетинговых исследований. После определения первичных признаков, по которым будет проводиться рыночное сегментирование, возникает проблема выбора метода сегментации, или способа классификации потребителей инновационной продукции. В зависимости от поставленных фирмой задач, по выходу на рынок, определяются и методы сегментирования. С одной стороны, сегментация основывается на методах маркетинга, а с другой стороны, для ее проведения необходимо применение узко специализированных приемов, взятых из других областей научного знания. Сама система сбора маркетинговой информации о потребителях инновационной продукции строится на основе теории статистического наблюдения и что немало важно теории выборки. Соответственно сегментация рынка инновационных товаров и услуг должна базироваться на теории группировок и статистических методах определения различных взаимосвязей. При этом когда классификация проводится по ряду анализируемых признаков, одновременно используются методы многомерного и статистического анализа.

Зачастую маркетологи используют кластеризацию как метод классификации объектов по осмысленным группам. Кластеризация является одним из самых используемых методов сегментации в различных областях научного знания.

Также в маркетинговых исследованиях, нацеленных на проведение сегментации потребителей инновационных товаров и услуг, нередко применяется метод автоматической интеракционной детекции. Зарубежные ученые относят его к разновидности кластерного анализа. Суть данного метода состоит в поочередном разделении всей совокупности потребителей инновационной продукции на группировки по заранее определенным признакам.

При этом какой-либо из признаков должен быть определен в качестве системообразующего. Затем определяются подгруппы, для которых значимость выделенного признака существенно выше, чем во всей совокупности потенциальных покупателей инновационных товаров и услуг.

Процесс последовательного объединения кластеров можно изобразить в виде древовидной диаграммы - дендрограммы. Помимо агломеративных (иерархических) в кластерном анализе могут применяться методы поиска модальных значений плотности, факторные методы, методы сгущений и целый ряд других методов. Под многими из представленных методов понимаются процедуры, не требующие строгого статистического расчета, т.е. по сути являющиеся эвристическими. Различные кластерные методы могут выявлять разные решения для одинаковых первоначальных данных. Это явление для большинства прикладных исследований является постоянным, поэтому итоговым критерием зачастую является степень удовлетворенности результатами анализа самого маркетолога. Исследования показали что, порядка двух третей приложений кластерного анализа рынка инновационной продукции основывается на иерархических агломеративных методах или на постепенном разделении базовой выборки.

Искусство маркетинга заключается в том, чтобы подобрать для конкретного предприятия те комбинации, которые укажут, какой сегмент наиболее отвечает специфике деятельности компании.

Исходя из специфики рынка инновационных товаров и услуг, а также ограниченных возможностей предприятия, сроков проведения исследования зачастую маркетологам приходится разрабатывать собственные методы сегментации.

Наиболее выразительным методом сегментации рынка инновационной продукции является психографическая сегментация. Такие факторы, как стиль жизни, личные качества потребителей хорошо характеризуют реакцию покупателей на тот или иной товар. Однако и здесь лучше комбинировать поведенческие параметры с другими переменными. Хотя есть отличительные признаки покупателей, которые всегда находятся в поле зрения маркетинга (например, статус постоянного покупателя).

Важен и такой поведенческий принцип, как степень нуждаемости. Следует помнить, что те, кто более нуждается в данном продукте, составляет относительно незначительную группу, но приобретают подавляющую часть продукции, поступающую на рынок (принцип Парето: 20% потребителей будет осуществлять 80% всех покупок данного товара).

Если все же сегментация осуществляется с применением более одного критерия, то она строится по принципу «вложенной иерархии», или русской матрешки. Этот принцип предполагает применение каждого последующего критерия сегментации для разбивки всех сегментов, выделенных на основе предыдущего критерия. Таким образом создается движение процесса сегментирования внутрь иерархической структуры его критериев.

Многомерность, или использование целого ряда характеристик для сегментации покупателей инновационной продукции, конечно же, не является обязательной. Не редко весь сегмент может базироваться на одном признаке, например, уровне доходов семьи или религиозной принадлежности потребителя. В то же время многомерная сегментация несет в себе весьма перспективные возможности для инновационной компании, т.к. позволяет выявить более глубинные потребности и расширить ассортимент товаров.

Исходя из этого, можно сделать следующие выводы:

– при выводе инновационного продукта на рынок, необходимо понимать, что только очень малое количество потребителей заинтересуются таким продуктом, и нельзя судить об успехе и провале на самых ранних этапах появления инновации в продаже.

– разные сегменты целевой аудитории реагируют на новинку на различных этапах её выхода, поэтому необходимо настраивать подходящие маркетинговые коммуникации в определённые периоды появления новинки на рынке.

После оценки спроса в сегментах и выбора тех из них, на работу в которых хватит ресурсов. Можно переходить к постановке целей и разработке маркетинговых программ.

#### **Список литературы.**

1. Блэкуэлл Р., Пол У. Минард, Джеймс Ф. Энджел, Поведение потребителей. 9-е международное издание // Теория и практика менеджмента, Питер, 2002 г. – 624 с.

2. Годин А.М. Маркетинг/А.М. Годин.-М.: ИТК "Дашков и К",2007. - 756 с.

3. Егорова М. С., Калинкина Э., Майер С. Определение отношения потребителей к инновациям, сопротивление инновациям, разумная инновационность // Молодой ученый. – 2015. – №7. – С. 396-398.

# ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

## «МОНИТОРИНГ РЫНКА КАК ИНСТРУМЕНТ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Смолян Ксения Алексеевна

Студентка II курса ФЗО

*Санкт-Петербургский Национальный Исследовательский Университет Информационных Технологий, Механики и Оптики.*

*Институт Холода и Биотехнологий*

*Кафедра производственного менеджмента и трансфера технологий*

Сейчас много говорят об изменении форм собственности, хозяйственного механизма и приватизации. Это действительно важнейшие и судьбоносные проблемы. Однако любые экономические изменения становятся реальностью только проходя через сознание людей. Иначе говоря, рыночной экономике нужны новые работники и в первую очередь - маркетологи, менеджеры, дилеры, брокеры и маклеры, без которых её функционирование невозможно.

Маркетинг должен занять центральное место в структуре управления, так как ему принадлежит ведущая роль в организации полноценного рыночного хозяйства, полностью ориентированного на реальных и потенциальных потребителей товаров и услуг.

Маркетинг является руководством к управлению, планированию, действию в условиях рыночной экономики.

### **Мониторинг рынка**

*Мониторинг рынка — это непрерывный и методичный процесс сбора, анализа и распространения информации о внешней деловой среде.*

«Деловую среду» стоит понимать в самом широком смысле, включая всех актуальных субъектов: потребителей, конкурентов, дистрибьютеров, поставщиков, разработчиков и поставщиков технологий, а также регулирующие органы и макроэкономическую конъюнктуру.

Объем поступающей информации о рынке быстро увеличивается. В то же время, технологический прогресс упрощает поиск и фильтрацию данных, а также позволяет автоматизировать многие элементы процесса. Тем не менее, насколько бы автоматизация процессов и внедрение новых технологий ни повышали эффективность мониторинга, исследования рынка невозможно автоматизировать полностью, и для получения хороших результатов человеческий фактор всегда будет необходим.

Социальные сети стали не только основным источником данных для исследований рынка, но и источником новых инструментов повышения качества рыночной аналитики.

## **Основные проблемы мониторинга рынка**

Многие компании считают, что их собственные системы мониторинга рынка не развиты в достаточной мере. Среди распространенных проблем отмечаются следующие:

- Переизбыток информации
- Неактуальность полученной информации
- Невозможность делать выводы на основе полученной информации
- Отсутствие сжатой и четкой информации
- Запаздывание информации
- Отражение информацией отживших рыночных тенденций и недостаточное отражение будущих
- Изолированность мониторинга рынка от других процессов компании
- Труднодоступный формат информации
- Сложность доступа к информации.

К счастью, все эти проблемы можно решить с помощью общедоступных методов и знаний.

Одна из основных причин низкой эффективности мониторинга рынка — неполное понимание связи между мониторингом рынка и производственной программой предприятия. Информацию, полученную в ходе мониторинга, необходимо четко разделять на использующуюся при реализации производственной программы и помогающую компании эту программой формулировать. Существует множество других важнейших факторов, которые необходимо принимать во внимание, однако понимание этой разницы — первый шаг к обеспечению эффективного мониторинга.

## **Выбор направлений развития и моментов для действия**

Выбор направлений развития и моментов для действий — важнейшая функция любой системы мониторинга рынка. Допустимый уровень неопределенности исходящей информации для системы различен в зависимости от того, с какой целью она предоставляет данные: для формулирования или реализации производственной программы. Для систем мониторинга рынка, использующихся для реализации программы, характерна минимальная неопределенность. Собственно говоря, зачастую компания организует мониторинг рынка именно для того, чтобы найти все переменные значения в своем рыночном уравнении.

Основное преимущество прогнозной направленности системы мониторинга рынка в том, что она позволяет руководству компании не реагировать на события, а предвосхищать их. Более того, предвосхищение предполагает два аспекта: игру на опережение рынка (принятие мер до наступления события) и — что во многих ситуациях даже важнее — игру на опережение конкурентов. Разумеется, в идеале компания должна стремиться делать и то, и другое.

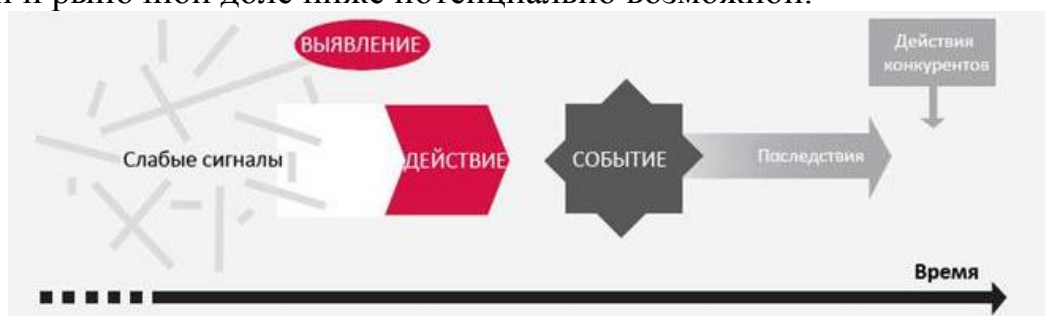
Способность заранее выявить свои возможности, скажем, при возникновении новой тенденции потребления, изменении законодательной базы



или появлении новых технологий, важна сама по себе. Однако способность сделать это раньше конкурентов означает возможность захватить большую долю рынка, получить больше прибыли или повысить имидж бренда.



Без прогнозирующей системы мониторинга компания узнает о рыночных событиях только после того, как они произойдут. Как результат, она может принять меры только в отношении уже наступивших последствий события и после того, как конкуренты уже приняли собственные меры. Это часто приводит к неоптимальному распределению ресурсов, низкой прибыли и рыночной доле ниже потенциально возможной.



При наличии прогнозной системы рыночного мониторинга компания может предвосхитить событие, принять соответствующие меры и распределить ресурсы, опережая как само событие, так и конкурентов. Таким образом, компания получает фору над конкурентами, более крупную долю рынка и более высокие прибыли.

Соответственно, для эффективного использования данных системы мониторинга рынка необходимо, чтобы компания получала и использовала эти данные, что достигается при выполнении двух условий:

- Готовность высшего руководства использовать эти данные
- Интеграции системы мониторинга и принятых на его основе решений в функциональные процессы компании.

Последнее требование предполагает, что система мониторинга рынка должна быть рассчитана на взаимодействие с различными функциональными подразделениями компании, ведь у каждого из них свои потребности в рыночных исследованиях и индивидуальные виды принимаемых решений. Если система мониторинга рынка не интегрирована с руководством подразделений организации, прогнозирование рыночных событий не поможет принимать нужные меры, и возможности будут упущены.

## Основные принципы процесса мониторинга рынка

Тремя основными этапами мониторинга рынка являются сбор информации, переработка ее в исходящие данные и направление этих данных руководящим лицам. Каждый из этих этапов может быть организован в различных вариантах, однако базовая структура процесса достаточно универсальна.



Назовем базовую единицу информации «рыночным сигналом». Майкл Портер (1980) ввел этот термин в употребление в своей книге «Конкурентная стратегия». Он определил его как любое действие конкурента, прямо или косвенно указывающее на его намерения, мотивы, цели или внутреннюю ситуацию. Но рыночные сигналы не ограничиваются лишь действиями конкурентов, включая также все иные рыночные события, созданные конкурентами, клиентами, поставщиками и иными участниками рынка. Таким образом, система мониторинга рынка— это система, позволяющая улавливать рыночные сигналы из любых источников, преобразовывать их в функциональный формат и передавать их руководящим лицам.



При организации мониторинга рынка полезно последовательно планировать три указанных этапа. Разумеется, у них есть и общие элементы, и для

успешного запуска полноценного процесса этапы должны быть скоординированы.

### **Построение системы внешних коммуникаций для бизнеса.**

Для того чтобы бизнес коммуникации отвечали требованиям эффективности, они должны соответствовать стратегии деятельности компании. Формирование коммуникационных процессов и выбор каналов коммуникации осуществляется в компании в соответствии с его сферой деятельности, принятой производственной программой и структурой менеджмента организации.

Построение внешних коммуникаций это - создание процесса коммуникации между компанией и внешней средой. Необходимо учитывать, что факторы внешней среды очень сильно влияют на деятельность компании. Выбор метода коммуникации зависит от целевой аудитории.

Необходимо понимать, что хотя концепция маркетинга и позволяет анализировать, максимизировать и удовлетворять потребительский спрос, она является лишь руководством к планированию. Организация должна также учитывать и свои сильные и слабые стороны в таких областях, как производство, технология, финансы и сбыт.

## **ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ**

### **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЗМЕЩЕНИЯ НДС ПРИ ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЯХ**

**Артемов Роман Викторович**

*Доцент, кандидат экономических наук, Юго-Западный государствен-  
ный университет, город Курск*

*Лагутина Александра Александровна*

*Студент Юго-Западного государственного университета,  
город Курск*

**Аннотация:** в данной статье рассматриваются проблема возмещения НДС при экспортных операциях на примере арбитражной практики рассмотрения споров, а также основные причины, препятствующие реализации закона на практике.

**Ключевые слова:** НДС, возмещение НДС, экспорт, арбитражная практика, налоговый спор, возмещение из бюджета.

**Annotation:** in this article are considered a problem of compensation of the VAT in case of export transactions on the example of arbitral practice of consideration of disputes, and also the basic reasons interfering implementation of the law in practice.

**Keywords:** The VAT, compensation of the VAT, export, arbitral practice, a tax dispute, compensation from the budget.

Перемещая товары через таможенную границу РФ, экспортирующее лицо имеет законодательно закрепленное право вернуть НДС, уплаченный на таможне: согласно ст. 164.1 НК РФ, налогообложение при вывозе товаров за территорию РФ по таможенной процедуре экспорта производится по ставке 0% [3].

Исходя из принципов построения НДС, при экспорте уплачивается налог по принципу страны – назначения: бюджет страны происхождения товара возмещает экспортеру НДС, который был уплачен своим поставщикам; а импортер уплачивает НДС в бюджет своей страны, т.е. фактически государство возвращает ту сумму, которая уже была уплачена, что позволяет исключить случаи двойного налогообложения.

С 2001 г. во вторую часть НК РФ были внесены коррективы: непосредственно в текст законодательного акта (ст. 165 НК РФ) был включен перечень документов, подтверждающих право на возмещение НДС. Для подтверждения обоснованности ставки 0% налогоплательщик в срок не позднее 180 календарных дней с момента помещения товаров под таможенную процедуру экспорта предоставляет в налоговые органы специальный пакет документов [2].

Однако, таким образом данная ситуация осуществима только в теории.

Несмотря на то, что закон обязывает бюджет вернуть экспортеру уплаченный НДС, на деле эта процедура затягивается на месяцы и годы. Основным препятствием при его возврате российские экспортёры назвали негласную установку налоговых органов на его невозврат. Даже если экспортёр предоставил все надлежащие документы в налоговые органы, востребовать НДС у него получается исключительно через суд [3].

Налоговые споры возникают, изменяются, прекращаются, реализуются на основании определенного комплекса различных по содержанию взаимосвязанных юридических явлений, взаимодействие которых предполагает развитие правоотношения [1].

Рассмотрим примеры арбитражной практики рассмотрения споров и выявим основные причины, препятствующих реализации закона на практике.

Исходя из материалов дела № А40-50569/15, к возмещению из бюджета заявлен налог в сумме 2 803 816 670 руб. По результатам проведения камеральной налоговой проверки выявлена излишне заявленная к возмещению из бюджета сумма в размере 8 222 352 руб. Общество обратилось с апелляционной жалобой в ФНС России, в которой просило отменить решение в части отказа в возмещении НДС в размере 5 099 055 руб. за оказанные услуги по комиссионному вознаграждению за реализацию нефти на экспорт.

Руководствуясь положениями ст. 164-166, 170-172 НК РФ заявленные вычеты по налогу признаны судебными инстанциями неправомерными: установлены нарушения при расчете сумм «входного» НДС по экспортным операциям, противоречащие принятой Учетной политике и являющиеся нарушением требований ст.165 НК РФ, что привело к неправомерному применению Обществом налоговых вычетов, предъявленных за оказанные услуги по комиссионному вознаграждению за реализацию нефти на экспорт.

По итогам рассмотрения дела доводы Общества оставлены без удовлетворения [4].

По делу № А05-4133/2015 заявлено право на возмещение НДС в сумме 240 110 795 руб. Инспекцией, как и по делу № А40-50569/15 пересчитана сумма НДС, предъявленная к возмещению на основании несоответствия нормам Учетной политики и ст.165 НК РФ. Однако отличия содержания Учетной политики данного Общества от представленного выше существенны. При пересчете суммы налога инспекцией не были учтены некоторые положения Учетной политики данного Общества, также в нарушение п.10 ст.165 НК РФ инспекцией произведены действия по пересчету суммы налога, не закрепленные в Учетной политике Общества. Доказательства о несоответствии положений Учетной политики Общества, установленном в ст.165 НК РФ инспекцией не приведены. Суд признал позицию Инспекции ошибочной, также в пользу Общества возмещена сумма расходов по государственной пошлине в размере 3000 рублей.

Таким образом, два рассмотренных дела на основании одной статьи (165 статья НК РФ) разрешены в пользу разных сторон по причине имеющих различий во внутреннем учетном документе [5].

Следующим примером является дело № А65-14923/2015. Налоговым органом проведена камеральная проверка, по результатам которой составлен акт, содержащий отказ возмещения частично суммы НДС, заявленной к возмещению в сумме 438 771 руб.

Основанием отказа в применении налогоплательщиком налогового вычета, предъявленных к возмещению в соответствии со статьями 171, 172 НК РФ и налоговой ставки 0% явились выводы налогового органа о непредставлении заявителем полного пакета документов, предусмотренных статьей 165 НК РФ в подтверждение обоснованности предъявления сумм к возмещению и применения ставки 0%.

Заявителем не были представлены документы, подтверждающие факт осуществления реальной перевозки груза водителями перевозчика, а именно: заявки с перевозчиками и договоры на оказание услуг перевозки, оплату услуг перевозки в спорный либо иные периоды.

Доводы налогового органа признаны соответствующими закону. Суд постановил оставить жалобу заявителя без удовлетворения [6].

Исходя из материалов дела № А45-12224/2015, налогоплательщиком заявлено к возмещению из бюджета налог в размере 2 318 033 руб.

Налогоплательщиком представлены документы в соответствии с условиями ст. 165 НК РФ, а также с учетом её особенностей – при вывозе товаров в таможенной процедуре экспорта через границу РФ с государством – членом Таможенного союза, на которой таможенный контроль отменен, представляются копии транспортных и товаросопроводительных документов с отметками таможенного органа РФ.

Из материалов дела следует, что налоговый орган в оспариваемом решении ссылается на отсутствие отметок таможенных органов на копиях товаросопроводительных документов о вывозе товара с таможенной территории Таможенного союза. Однако в статье 165.4.5 НК РФ не указано, какая именно отметка таможенного органа, и на каком конкретно документе должна быть проставлена таможенным органом и представлена налогоплательщиком налоговому органу, а в оспариваемом решении Управление утверждает о необходимости наличия именно отметки о вывозе товаров на копиях железнодорожных накладных.

Таможенный орган проставляет только штамп «Выпуск разрешен» и только на оригинале железнодорожной накладной и дополнительном экземпляре дорожной ведомости. Заявителем же в налоговый орган в качестве транспортных документов были представлены дубликаты железнодорожных накладных. Однако на дубликатах железнодорожных накладных таможенные органы не проставляют штамп «Выпуск разрешен», что подтверждено запросом, направленным в таможню и, соответственно, представлено суду для рассмотрения.

Таким образом, исходя из результатов рассмотренного дела, заявитель не может быть лишен права на применение вычетов по НДС по причине формального отказа таможенного органа в оформлении документов, и, соответственно, требование налогового органа о наличии отметки таможенного органа на товаросопроводительном документе является формальным, так как штамп таможенного органа «Выпуск разрешен» присутствует на представленных документах, номера которых указаны в дубликатах накладных.

Суд разрешил вопрос в пользу налогоплательщика, также обязал взыскать с Управления Федеральной налоговой службы расходы по уплате госпошлины в размере 3 000 руб. в пользу Общества [7].

Исходя из материалов дела № А06-3361/2015, налогоплательщиком заявлено к возмещению из бюджета НДС на сумму 3 630 376 руб. по результатам налоговой проверки сделаны выводы об отсутствии оснований для возмещения НДС в сумме 3 569 313 руб.

По мнению налогового органа, в деятельности Общества имеются признаки недобросовестности, а документы, представленные налогоплательщиком, не являются надлежащими доказательствами, поскольку реальное осуществление операций по приобретению материалов у контрагента не подтверждаются.

В ходе камеральной проверки налоговым органом был сделан вывод, что Общество, заключая сделку с контрагентом, действовало без должной осмотрительности, поскольку контрагенту присвоены такие критерии риска как неисполнение требований о предоставлении документов, отсутствие основных средств, работников и лиц, привлеченных по договорам гражданско-правового характера.

В ходе рассмотрения дела, налоговому органу не удалось доказать данные факты, так как поставка товара подтверждена декларациями на товар, отсутствие в штате достаточного количества работников объяснено возможным привлечением третьих лиц, что не противоречит гражданскому законодательству, а наем работников по договору налоговым органом не исследован; отсутствие основных средств на балансе, необходимых для поставки объяснено возможностью осуществления доставки товара чужими транспортными средствами, что также не противоречит закону. Факт наличия товара у налогоплательщика, а также его дальнейшее использование подтверждено представленными документами, подтверждающими экспорт товара. Доказательств, что товар был поставлен не контрагентом, также налоговым органом не представлено.

Действующее законодательство возлагает на налоговые органы обязанность доказывать недобросовестность налогоплательщика, согласно ст.65 АПК РФ, что каждое лицо, участвующее в деле, должно доказывать те обстоятельства, на которые оно ссылается как на основании своих требований или возражений.

Таким образом, инспекцией не доказано наличие условий, при которых налоговая выгода может быть признана необоснованной, также не доказано проявление Обществом неосмотрительности и не предприняты меры к выяснению сведений о контрагентах.

Судом разрешено дело в пользу налогоплательщика, также взыскана с Межрайонной инспекции госпошлина в сумме 3 000 руб. в пользу налогоплательщика [8].

Дело № А60-41035/2015 является прототипом предыдущего, анализ которого представлен выше, однако особенности имеют место быть. Речь в данном деле идет о возмещении из бюджета 5 522 681 руб., предъявленных за осуществленные операции по НДС на экспорт.

Инспекция не согласна с данной суммой, ссылаясь на неправомерность заявленных налоговых вычетов по НДС: источник для возмещения налога, по мнению налогового органа, не сформирован, так как фактический изготовитель продукции не является плательщиком НДС в связи с применением УСН, в обосновании получения необоснованной налоговой выгоды инспекция указывает на согласованность и взаимозависимость организаций, участвующих в формально созданном движении товара.

Налоговый орган сослался также на проблемность организации как поставщика: отсутствие основных средств, складов, необходимого штата работников. Однако, исходя из дальнейших материалов дела, суд указал на неполноту доказательств и документальных подтверждений, представленных налоговым органом, в результате чего действия налогового органа по отказу в возмещении НДС Обществу признаны незаконными [9].

По материалам дела № А60-27292/2015, предприниматель заявил к возмещению из бюджета НДС в сумме 242 927 руб.

По результатам камеральной проверки налоговым органом установлена обоснованность применения нулевой ставки по операциям на сумму 2 324 075 руб. и, соответственно, необоснованность – 811 104 руб., а также недоказанность использования приобретенных товаров в деятельности, облагаемой НДС, в связи с отсутствием отдельного учета сумм налога по товарам, используемым для осуществления облагаемых и освобожденных от налогообложения операций.

На основании ст. 170.4.5 НК РФ налогоплательщик обязан вести отдельный учет сумм налога по приобретенным товарам, используемым для осуществления как облагаемых налогом, так и не подлежащих налогообложению операций.

Из материалов дела следует, что налогоплательщиком в декларации по НДС заявлено осуществление им деятельности, правомерность применения нулевой ставки по которой подтверждена в части 74,13%. В сумму заявленных налоговых вычетов налогоплательщик включил налог с учетом суммы налога с реализации, а также НДС со стоимости электроэнергии и ТМЦ, приобретенных для производства строительных и ремонтных работ в указанном здании.



При таких обстоятельствах, суды пришли к обоснованному выводу о том, что предприниматель обязан был обеспечить ведение отдельного учета сумм НДС по приобретенным товарам, используемым для осуществления, как облагаемым налогом, так и неподлежащих налогообложению.

Налогоплательщиком же не представлено доказательств ведения отдельного учета и, руководствуясь ст. 170.4.6 ГК РФ судом отказано в предоставлении налогового вычета, за исключением правомерно заявленной суммы 20 386 руб [10].

Исходя из анализа рассмотренных дел, можно выявить следующие проблемы, возникающие у налогоплательщиков при возмещении НДС при экспортных операциях:

- отсутствие четкого закрепления в Учетной политике организации метода расчета «входного» НДС по экспортным операциям;
- представление неполного пакета документов;
- отсутствие необходимых печатей и штампов на документах, представляемых в налоговый орган;
- заключение сделок при перевозе товара на экспорт с фирмами, ставящими под сомнение реальность своего существования (фирмы-однодневки);
- применение контрагентом УСН, что исключает уплату НДС;
- осуществление сделок с взаимозависимыми организациями (превышение доли в уставном капитале руководителей компаний);
- не ведение отдельного учета сумм налогов по приобретенным товарам, используемым для осуществления как облагаемых налогом, так и не подлежащих налогообложению операций.

Также выделяют еще ряд причин, по которым налоговые органы отказывают экспортерам в возмещении НДС [2]:

1. Неуплата поставщиком НДС в бюджет.
2. Отсутствие поставщика по юридическому адресу.
3. Отсутствие ответа таможенного органа на запрос налогового органа о подтверждении факта вывоза товара за пределы таможенной территории РФ.
4. Поступление валютной выручки от третьего лица.
5. Оформление счет-фактуры с нарушениями.

Таким образом, причин для отказа налоговыми органами налогоплательщику возникает множество. Для наглядного представления всей процедуры возмещения НДС при экспортных операциях, приведем схему (рисунок 1).

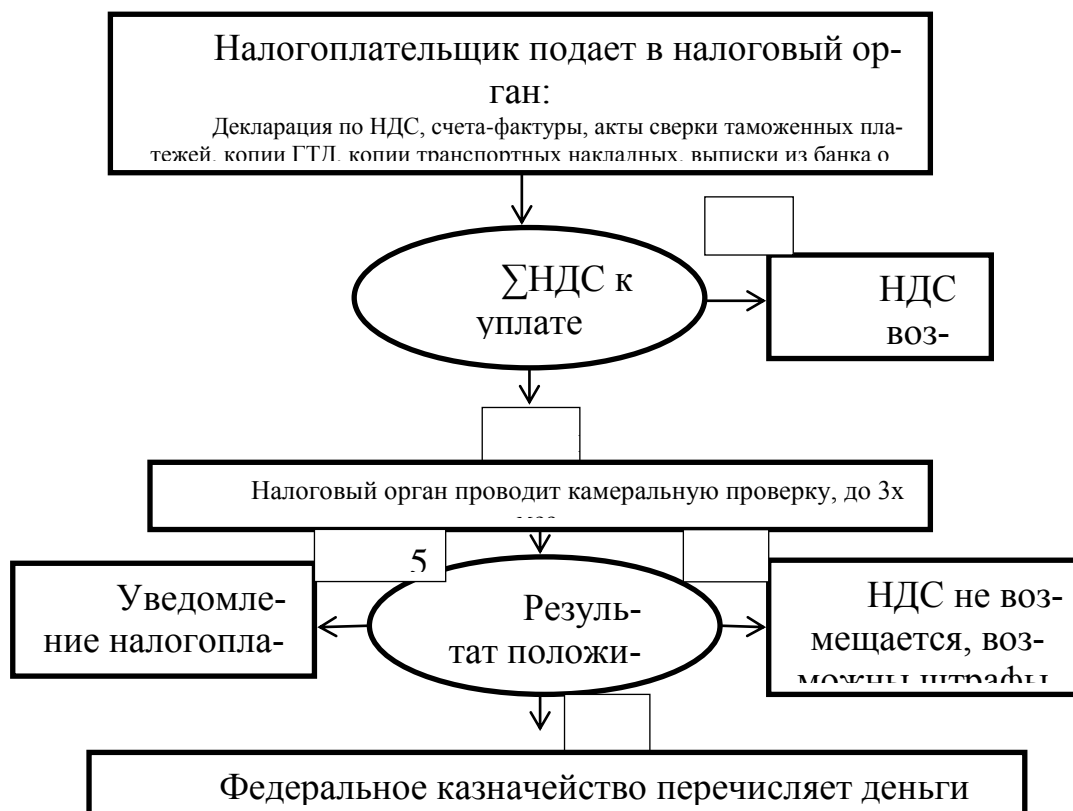


Рисунок 1 - Схема возмещения экспортного НДС [2]

К сожалению, после вынесения решения суда в пользу налогоплательщика, организации все равно приходится отстаивать свои права по возмещению НДС. Возникают ситуации, когда налоговые инспекции отказываются исполнять решения суда о признании недействительным решения налогового органа об отказе в возмещении сумм НДС, мотивируя это следующим:

- отсутствие прямого указания в решении суда налоговому органу произвести экспортеру возврат сумм НДС;
- подачей апелляционной жалобы на принятое судом решение.

В этом случае налогоплательщик имеет законное право обратиться в прокуратуру за защитой своих интересов. Как показывает практика, это достаточно эффективный способ защитить свои права при решении вопросов по возмещению НДС.

Согласно пункту 2 статьи 1 Федерального закона от 17 января 2002 г. N 2202-1 "О прокуратуре Российской Федерации", в компетенцию прокуратуры входит надзор за исполнением законов государственными органами и их должностными лицами. В рамках этих полномочий орган прокуратуры обязан будет проверить, соответствует ли решение налогового органа нормам налогового законодательства [3].

## Список литературы

1. Артемов Р.В. Проблемы и перспективы разрешения налоговых споров в РФ / А.Э. Москалева, Р.В. Артемов // Современные аспекты экономики. - 2016. - № 6 (226). - С. 5-9.
2. Дудинова Е.Е. Проблематика возврата НДС по результатам экспорта зерна за пределы России // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - 2013. - № 94
3. Ратушняк Е.С. Об унификации внешнеэкономической политики в сфере налогообложения в странах еэп: проблемы и перспективы // Вестник МГИМО Университета. – 2014. - № 1
4. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 07.04.2016 N Ф05-3817/2016 по делу N А40-50569/15
5. Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 2 марта 2016 г. N Ф07-52/16 по делу N А05-4133/2015
6. Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 04.04.2016 N 11АП-1832/2016 по делу N А65-14923/2015
7. Решение АС Новосибирской области от 4 апреля 2016 г. по делу № А45-12224/2015
8. Определение Арбитражного суда Астраханской области от 31 марта 2016 года по делу № А06-3361/2015
9. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 18 февраля 2016 г. по делу № А60-41035/2015
10. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 2 декабря 2015 г. по делу № А60-27292/2015

## **ФИНАНСОВО ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ПРАВОНАРУШЕНИЯ В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ**

**Маловичко Ксения Александровна**

*Соискатель, Саратовская государственная юридическая академия,  
410056, РФ, г. Саратов, ул. Вольская, дом 1*

## **FINANCIAL AND LEGAL RESPONSIBILITY FOR OFFENCES IN THE FIELD OF FINANCIAL MARKETS**

*Applicant, Saratov State Academy of Law, 410056, Russia, Volskaya Street, 1*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматривается финансово-правовая ответственность за правонарушения, совершенные в сфере финансовых рынков по законодательству Российской Федерации.

Автором исследуются виды финансово-правовых санкций, применяемых за совершение правонарушений в сфере финансовых рынков по законодательству Российской Федерации, что позволяет сделать обобщенный вывод о наличии особенностей в финансово-правовой ответственности.

## ABSTRACT

The article deals with the financial and legal responsibility for offenses committed in the financial markets of the Russian Federation legislation.

The author examines kinds of financial and legal sanctions imposed for offenses in the sphere of financial markets in the Russian Federation legislation, that allows you to make a generalized conclusion about the presence of singularities in the financial and legal responsibility.

▪ *Ключевые слова: Финансовые преступления, финансовый рынок, финансово-правовая ответственность, особенности ответственности, финансовая дисциплина, правонарушение, финансово-правовые санкции.*

▪ *Keywords: Financial crime, financial market, financial and legal responsibility, especially responsibility, fiscal discipline, offense, financial and legal penalties.*

На первоначальном этапе нашего исследования, необходимо отметить, что правонарушения, в квалификации которых пересекаются нормы уголовного, гражданского и налогового права, в основном сосредоточены в сфере экономики и финансов. Подобные характерные особенности сферы финансов, новаторства, как свобода и ее обслуживающий характер, устанавливают, что для правонарушения в финансовой сфере возможен некоторый приоритет определенной отрасли права. В правонарушениях, совершенных в сфере финансовых рынков, в случае разногласий и затруднении в квалификации, необходимо выделить юридический факт, касающийся ответственности в соответствии с отраслью за совершенное правонарушение, а после на основании квалификации данных фактов придерживаться того вида ответственности, в соответствии с которым оно квалифицировано<sup>1</sup>.

Нарушения финансового характера, выявленные в ходе финансового контроля, влекут за собой применение мер юридической ответственности. За них предусматривается административная, налоговая, гражданско-правовая, дисциплинарная, материальная и уголовная ответственности. Причем, ко всем перечисленным видам могут быть привлечены физические лица, а что касается юридических лиц, то они подвергаются лишь административной, гражданской и материальной ответственности.

В данной статье мы рассмотрим финансово-правовую ответственность в сфере финансовых рынков. В первую очередь, необходимо отметить, что финансово-правовая ответственность представляет собой самостоятельный вид юридической ответственности, который существует наряду с иными видами ответственности. Категории правонарушений, за которые предусмат-

---

<sup>1</sup>Дзингуан С. К вопросу о квалификации финансовых правонарушений, подпадающих одновременно под нормы гражданского и уголовного права // В сборнике: Актуальные проблемы правового регулирования экономической деятельности в России и Китае Санкт-Петербург, 2012. С. 242.

ривается финансово-правовая ответственность, описаны в 4 разделе Налогового и части 4 Бюджетного кодексах Российской Федерации<sup>2</sup>. Данные примеры далеко не единственные, но при этом являются классическими, поскольку в указанных Кодексах институт ответственности можно считать сформированными: институт обособлен в отдельный раздел или часть, где содержится определение налогового/бюджетного правонарушения, содержатся составы и более того указаны санкции<sup>3</sup>.

Помимо того, что Налоговый кодекс включает в себя систему процессуальных норм, регулирующих порядок привлечения к финансовой ответственности<sup>4</sup>.

Наравне с Бюджетным и Налоговым кодексами были созданы институты финансово-правовой ответственности в банковском законодательстве (в сфере банковского надзора), законодательстве о ценных бумагах, а также в законодательстве об организации страхового дела (в сфере надзора за страховым рынком). Многие авторы, в качестве финансовой ответственности выделяют нарушение таможенного, валютного законодательства, а также нарушение порядка ведения кассовых операций. Однако стоит подчеркнуть, что от сфер правонарушения зависит и объем правового регулирования института финансово-правовой ответственности.

Рассматривая нарушения в сфере финансового рынка, необходимо вспомнить, что в 2014 году был презентован проект Министерства финансов Российской Федерации о «Содействии повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» с докладом «О состоянии защиты прав потребителей в финансовой сфере в 2014 году», в котором были разработаны предложения по основным направлениям совершенствования системы защиты прав потребителей финансовых услуг в Российской Федерации. В процессе оглашения результатов данного доклада, была озвучена статистика по нарушениям в сфере финансовых услуг, а по результатам были выдвинуты предложения по совершенствованию законодательства, дабы снизить уровень правонарушений в данной сфере<sup>5</sup>.

Также стоит не забывать, что у финансово-правовой ответственности, как и у иных видов ответственности, имеются свои особенности.

---

<sup>2</sup>Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ в редакции от 03.07.2016 // СПС «КонсультантПлюс».

<sup>3</sup>Иванов И.С., Краткий курс финансового права: учебное пособие, 2013 // СПС «КонсультантПлюс».

<sup>4</sup>Налоговый кодекс Российской Федерации часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ в редакции от 03.07.2016 и часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ в редакции от 03.07.2016 // СПС «КонсультантПлюс».

<sup>5</sup>Государственный доклад Роспотребнадзора «О состоянии защиты прав потребителей в финансовой сфере в 2014 году» / Министерство финансов Российской Федерации – 270с. // СПС «КонсультантПлюс».

Как и иные виды юридической ответственности, финансово-правовая ответственность выступает в качестве механизма применения специфических мер принуждения (санкций) по отношению к правонарушителю, однако с отличием в той части, что санкции финансово-правовой ответственности вызывают два эффекта положительного характера:

1. Предоставляет возможность контролирующему органу оперативно, естественно в рабочем порядке, без использования длительных процедур, как правило, протекающих в судебном порядке наладить поток денежных потоков в подведомственной сфере. Чем собственно укрепляет финансовую дисциплину.

2. Предупреждает совершение общественно опасных правонарушений с более высокой степенью – административных преступлений и проступков<sup>6</sup>.

Чем и объясняется широкое разнообразие санкций финансово-правового характера, т.е. мер правового принуждения в отношении нарушителей финансовой дисциплины.

Стоит отметить, что в качестве финансовой дисциплины выступает понятие, чаще применяемое на практике нежели в теории нормативных актов, при этом его официальное понятие как таковое отсутствует.

Отображение в нормативных актах, регламентирующих правоотношения в бюджетной сфере, употребляется в следующем контексте: строгое следование законодательству и руководящим органам, отсутствие необоснованных расходов. Некоторые из форм нарушений финансовой дисциплины отображены в Федеральном Законе Российской Федерации «О парламентском расследовании Федерального Собрания Российской Федерации», где в пункте 4, статьи 4 данного закона, четко определено, что в качестве предмета парламентского расследования выступают:

- несвоевременное исполнение расходных и доходных статей федерального бюджета либо бюджетов внебюджетных государственных фондов Российской Федерации, а также их неэффективность и неэффективность управления и распоряжения федеральной собственностью<sup>7</sup>.

Необходимо подчеркнуть, что среди видов финансово-правовых санкций выделяют: предупредительно-пресекательную, санкцию-наказание, санкцию-компенсацию. Где в предупредительно-пресекательную входит уведомление о факте выявленного правонарушения, а также осуществляется приостановление деятельности. К примеру, приостановление размещения в дальнейшем выпущенных ценных бумаг с нарушением законодательства. Санкция-наказание подразумевает под собой наложение налоговых

---

<sup>6</sup>Рудовер Ю.В. Финансово-правовое регулирование ответственности за нарушение законодательства РФ о налогах и сборах: Автореферат дис. ... канд. юрид. наук. М., 2013.

<sup>7</sup>О парламентском расследовании Федерального Собрания Российской Федерации: Федеральный закон от 27.12.2005 N 196-ФЗ в редакции от 07.05.2013) // СПС «Консультант-Плюс»

санкций в виде штрафов, отзыва лицензии у кредитной организации на осуществление банковских операций, которая в последствии ведет к ликвидации. А санкции-компенсации выражается в списании средств, используемых не по целевому назначению в бюджет.

Таким образом, можно сделать вывод, что с созданием отрасли финансового права, понятие «финансового правонарушения» в системе классификации видов правонарушений является однозначным, что облегчило квалифицировать совершаемые преступления в сфере финансовых рынков. Финансовое право Российской Федерации в последние годы, предусматривает достаточно большое число финансовых правонарушений, в результате анализа которых нам предоставляется возможность выделить основные характерные черты и признаки для данного, довольно таки нового правового института.

#### **Список использованных источников**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ в редакции от 03.07.2016 // СПС «КонсультантПлюс».
2. Налоговый кодекс Российской Федерации часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ в редакции от 03.07.2016 и часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ в редакции от 03.07.2016 // СПС «КонсультантПлюс».
3. О парламентском расследовании Федерального Собрания Российской Федерации: Федеральный закон от 27.12.2005 № 196-ФЗ в редакции от 07.05.2013) // СПС «КонсультантПлюс».
4. Государственный доклад Роспотребнадзора «О состоянии защиты прав потребителей в финансовой сфере в 2014 году» / Министерство финансов Российской Федерации – 270с. // СПС «КонсультантПлюс».
5. Дзингуан С., К вопросу о квалификации финансовых правонарушений, подпадающих одновременно под нормы гражданского и уголовного права // В сборнике: Актуальные проблемы правового регулирования экономической деятельности в России и Китае Санкт-Петербург, 2012. С. 242-282.
6. Иванов И.С., Краткий курс финансового права: учебное пособие, 2013 // СПС «КонсультантПлюс».
7. Рудовер Ю.В. Финансово-правовое регулирование ответственности за нарушение законодательства РФ о налогах и сборах: Автореферат дис. ... канд. юрид. наук. М., 2013.

## **ПОСТРОЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО ДЕНЕЖНОГО ПОТОКА**

**Трескова Татьяна Викторовна**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита  
Федерального государственного бюджетного образовательного учрежде-  
ния высшего образования Ульяновская государственная сельскохозяй-  
ственная академия имени П.А. Столыпина, Ульяновск*

**Нейф Наталья Михайловна**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита  
декан экономического факультета  
Федерального государственного бюджетного образовательного учре-  
ждения высшего образования Ульяновская государственная сельскохозяй-  
ственная академия имени П.А. Столыпина, Ульяновск*

В статье рассмотрены методы мониторинга денежных потоков с целью выявления степени их сбалансированности, а также предложены мероприятия по их оптимизации для обеспечения финансового равновесия предприятия.

Ключевые слова: денежный поток, положительный денежный поток, отрицательный денежный поток, чистый денежный поток, оптимизация денежных потоков, ликвидность денежного потока, синхронизация денежного потока

The article deals with cash flow monitoring methods in order to identify the degree of balance, as well as proposed measures for their optimization to ensure the financial equilibrium of the enterprise.

Keywords: cash flow, cash flow positive, negative cash flow, net cash flow, optimizing cash flow, cash flow liquidity, cash flow synchronization

Оптимизация денежных потоков предприятия - это важнейшая функция управления денежными потоками, направленная на повышение их эффективности в будущем периоде. Задачами, которые решаются в процессе данного этапа управления денежными потоками, являются: выявление и реализация резервов, позволяющих снизить зависимость предприятия от внешних источников привлечения денежных средств; обеспечение более полной сбалансированности положительных и отрицательных денежных потоков во времени и по объемам; обеспечение более тесной взаимосвязи денежных потоков по видам хозяйственной деятельности предприятия; повышение суммы и качества чистого денежного потока, генерируемого хозяйственной деятельностью предприятия.

Основными целями оптимизации денежных потоков предприятия являются: обеспечение сбалансированности объемов денежных потоков; обеспечение синхронности формирования денежных потоков во времени; обеспечение роста чистого денежного потока предприятия. Основными объек-



тами оптимизации выступают: положительный денежный поток; отрицательный денежный поток; остаток денежных активов; чистый денежный поток.

Стратегическое развитие и финансовая устойчивость предприятия в значительной мере определяется тем, насколько притоки и оттоки денежных средств синхронизированы между собой во времени и по объемам. Основная цель управления денежными потоками – обеспечение финансового равновесия организации в процессе ее развития путем балансирования объемов поступления и расходования денежных средств и их синхронизации во времени. Основной задачей здесь является синхронизация денежных потоков, т.е. регулирование притоков и оттоков с целью поддержания оптимального остатка «реальных денег». На основе полученных результатов проводится выбор наилучших форм формирования денежных потоков с учетом условий и особенностей хозяйственной деятельности организации, а затем разрабатываются планы поступления и расходования денежных средств на перспективу с целью обеспечения постоянной платежеспособности. Высокий уровень такой синхронизации обеспечивает ускоренную реализацию выбранных предприятием целей.

Рациональное формирование и синхронизация денежных потоков способствуют ритмичности операционного цикла предприятия и обеспечивают рост объемов производства и реализации продукции. При этом любое нарушение платежной дисциплины отрицательно сказывается на формировании производственных запасов сырья и материалов, уровне производительности труда, реализации готовой продукции, положении предприятия на рынке и т.п. Даже у предприятий, успешно работающих на рынке и генерирующих достаточную сумму прибыли, неплатежеспособность может возникать как следствие несбалансированности различных видов денежных потоков во времени.

Высокий уровень синхронизации поступлений и расходований денежных средств по объему и во времени позволяет снизить реальную потребность предприятия в текущем и страховом остатках денежных активов, обслуживающих основную деятельность, а также резерв инвестиционных ресурсов для осуществления реального инвестирования.

Управление денежными потоками требует постоянного мониторинга (системы слежения) равномерности и синхронности формирования положительного и отрицательного денежных потоков в разрезе отдельных интервалов отчетного периода. Для этого используется динамика денежных потоков (таблица 1).

Таблица 1

## Динамика денежных потоков, тыс. руб.

Показатель	2014 год				2015 год			
	квартал							
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
ПДП	33202	34547	63877	69675	76424	79753	96536	120670
ОДП	49698	40602	63762	66921	89395	77792	87574	109572
ЧДП	-16496	-6055	115	2754	-12971	1961	8962	11098

Данные таблицы и график показывают, какую величину имеют притоки и оттоки денежных средств по предприятиям за анализируемый период: избыток или недостаток в итоге испытывает предприятие.

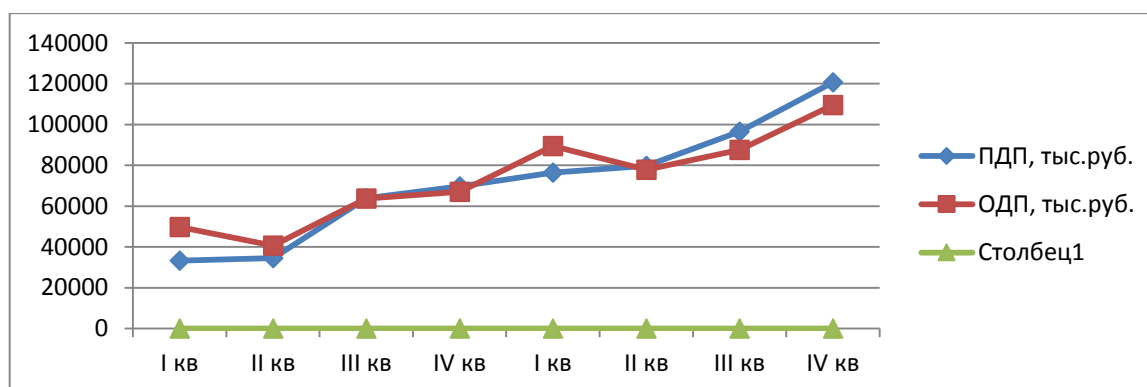


Рисунок 1. График синхронизации денежных потоков

Для оценки степени равномерности формирования и синхронности положительного и отрицательного потока рассчитывают следующие показатели: среднеквадратическое отклонение, коэффициент вариации и коэффициент корреляции.

Среднеквадратическое отклонение показывает абсолютное отклонение индивидуальных значений от среднеарифметического уровня показателя.

Коэффициент вариации характеризует относительную меру отклонения отдельных значений от среднего уровня показателя. Коэффициент корреляции показывает степень синхронизации денежных потоков за анализируемый период времени.

Значение коэффициента корреляции приближено к единице (0,96), то есть меньше разрыв между значениями положительных и отрицательных денежных потоков, из чего следует, что потоки синхронизированы по временным интервалам. В такой ситуации меньше риск возникновения дефицита денежных средств (в периоды превышения отрицательного денежного потока над положительным) или избыточности денежной массы (в периоды превышения положительного денежного потока над отрицательным). Обе

ситуации невыгодны для предприятия: дефицитный денежный поток приводит к неплатежеспособности, избыточный денежный поток обуславливает обесценение денежных средств в условиях инфляции, в результате чего уменьшается реальная величина собственного капитала

Рассчитывается и анализируется также динамика коэффициента ликвидности денежного потока (КЛ<sub>дп</sub>).

**Таблица 2**

**Динамика коэффициента ликвидности денежного потока**

Период времени	2014				2015			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
КЛ <sub>дп</sub>	0,668	0,851	1,002	1,041	0,855	1,025	1,102	1,101

Для обеспечения необходимой ликвидности денежного потока этот коэффициент должен иметь значение не ниже единицы. Превышение единицы будет способствовать росту остатков денежных активов на конец периода, т.е. повышению коэффициента абсолютной ликвидности предприятия.

Основными направлениями оптимизации денежного потока являются:

- сбалансирование денежного потока;
- синхронизация денежного потока;
- максимизация чистого денежного потока.

К сбалансированности дефицитного денежного потока относятся мероприятия по росту объема положительного денежного потока в перспективе (привлечение стратегических инвесторов с целью увеличения объема собственного капитала; дополнительная эмиссия акций; привлечение долгосрочных финансовых кредиторов; продажа части или целого числа финансовых инструментов инвестирования; продажа или сдача в аренду неиспользованных видов основных средств).

Снижение объема отрицательного денежного потока способствует сокращению объема и состава реальных инвестиционных программ; отказ от финансового инвестирования, снижение суммы постоянных издержек предприятия. К методам сбалансированности избыточного денежного потока предприятия относятся методы роста его инвестиционной активности.

Методы оптимизации дефицитного денежного потока зависят от характера этой дефицитности - краткосрочной или долгосрочной.

Сбалансированность дефицитного денежного потока в краткосрочном периоде достигается путем использования «Системы ускорения - замедления платежного оборота», суть которой заключается в разработке на предприятии организационных мероприятий по ускорению привлечения денежных средств и замедлению их выплат.

«Система ускорения - замедления платежного оборота», решая проблему сбалансированности объемов дефицитного денежного потока в краткосрочном периоде (и соответственно повышая уровень абсолютной платежеспособности предприятия), создает определенные проблемы нарастания

дефицитности этого потока в последующих периодах. Поэтому параллельно с использованием механизма этой системы должны быть разработаны меры по обеспечению сбалансированности дефицитного денежного потока в долгосрочном периоде.

Рост объема положительного денежного потока в долгосрочном периоде может быть достигнут за счет следующих мероприятий:

- привлечения стратегических инвесторов с целью увеличения объема собственного капитала;
- привлечения долгосрочных финансовых кредитов;
- продажи части (или всего объема) финансовых инструментов инвестирования;
- продажи (или сдачи в аренду) неиспользуемых видов основных средств.

Снижение объема отрицательного денежного потока в долгосрочном периоде может быть достигнуто за счет следующих мероприятий:

- сокращения объема и состава реальных инвестиционных программ;
- отказа от финансового инвестирования;
- снижения суммы постоянных издержек предприятия.

Методы оптимизации избыточного денежного потока предприятия связаны с обеспечением роста его инвестиционной активности. В системе этих методов могут быть использованы:

- увеличение объема расширенного воспроизводства операционных внеоборотных активов;
- ускорение периода разработки реальных инвестиционных проектов и начала их реализации;
- осуществление региональной диверсификации операционной деятельности предприятия;
- активное формирование портфеля финансовых инвестиций;
- досрочное погашение долгосрочных финансовых кредитов.

В системе оптимизации денежных потоков предприятия важное место принадлежит их сбалансированности во времени. В процессе такой оптимизации используются два основных метода - выравнивание и синхронизация.

Выравнивание денежных потоков направлено на сглаживание их объемов в разрезе отдельных интервалов рассматриваемого периода времени. Этот метод оптимизации позволяет устранить в определенной мере сезонные и циклические различия в формировании денежных потоков (как положительных, так и отрицательных), оптимизируя параллельно средние остатки денежных средств и повышая уровень абсолютной ликвидности.

Результаты этого метода оптимизации денежных потоков во времени оцениваются с помощью среднеквадратического отклонения или коэффициента вариации, которые в процессе оптимизации должны снижаться, а также с помощью коэффициента корреляции, который в процессе оптимизации должен стремиться к значению "+1".

Синхронизация денежного потока во времени - это обеспечение необходимого уровня платежеспособности предприятия, в каждом из интервалов перспективного периода при одновременном снижении размера страховых резервов денежных активов.

Заключительным этапом оптимизации является обеспечение условий максимизации чистого денежного потока предприятия.

Максимизация денежного потока – это направление, которое наиболее важно определяет результаты предшествующих этапов. Его рост обеспечивает повышение темпов экономического развития предприятия на принципах самофинансирования, снижает зависимость этого развития от внешних источников формирования финансовых ресурсов, обеспечивает прирост рыночной стоимости предприятия.

Следовательно, предприятие должно иметь столько денежных средств, сколько хватило бы на нормальное его функционирование.

#### **Список литературы:**

1. Голубева Е.А., Голубева С.А., Голубев С.В. Планирование и прогнозирование как фактор снижения экономического риска // В сборнике: Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения. Материалы VII Международной научно-практической конференции. 2016. С. 15-21.

2. Иванова Л.И., Климушкина Н.Е., Лаврова Е.Е. Управление финансовой устойчивостью предприятия на основе относительных показателей // В сборнике: Финансовые и кредитные отношения в экономике (международный сборник научных трудов). Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия, Кафедра Финансы и кредит; научный редактор Л. И. Иванова. Ульяновск, 2008. С. 61-70.

3. Кучинский А.В. Сбалансированность денежных потоков как направление совершенствования учетно-аналитического обеспечения управления денежными потоками // Экономические науки. 2009. № 60. С. 316-320.

4. Максимова С.Ю., Лаврова Е.Е., Голубева Е.А. Исследование категориального аппарата и определение сущности и значения финансового риска // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-2 (65-2). С. 1072-1077.

# ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

## ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МЕХАНИЗМА УСКОРЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Ю. В. Лебедев

*Доктор экономических наук, профессор Института международного  
права и  
экономики им. А. С. Грибоедова*

Статья посвящена вопросам ускорения развития малого бизнеса в России в части совершенствования механизма управления процессом развития малого бизнеса на региональном уровне.

*The article is devoted to accelerating the development of small business in Russia in terms of improving the mechanism of management of development of small business at regional level.*

**Ключевые слова:** малый бизнес, бюджетная эффективность малого бизнеса, инструменты механизма управления развитием малого бизнеса в регионе.

**Keywords:** *small business, budget efficiency of the small business, the key instruments of management development of small business in the region.*

Необходимость перехода к интенсивному развитию экономики России является перманентной задачей, стоящей перед руководством страны в течение последних 50 – ти лет. При этом теоретическое и инструментальное наполнение указанной задачи в различные периоды жизни страны было разным. В начале, это были задачи хозяйственного расчета и материального стимулирования, затем новых форм интеграции науки и производства, в дальнейшем центральной стала проблема собственности. Сегодня проблема интенсификации экономики ставится в аспекте структурной перестройки всего производства с целью повышения удельного веса продукции с большей добавленной стоимостью и снижения ее зависимости от мировых цен на сырьевые продукты.

Переход к рыночной экономике предопределил появление различных форм собственности в производственной сфере от индивидуальной, до государственно-монопольной. В ракурсе интенсификации производства валового внутреннего продукта центральной задачей становится его перевод на более высокую ступень технологического передела природного сырья, материалов энергии и информации. Сложность указанной задачи состоит в том, что каждый отдельно взятый производственный процесс имеет свою специфику перехода от низкого к более высокому уровню технологического передела.

Следует признать, что Минэкономразвития РФ, курирующее решение данной проблемы на современном этапе, выдвигая тезис о необходимости повышения научно-технического уровня производства, как всегда стремится найти универсальное решение указанной задачи. Здесь в полной мере проявляется рудимент министерского подхода, в основе которого лежит только технологическое разнообразие производственных процессов без учета отраслевой специфики и многоукладности форм собственности в экономике страны.

В решении указанной задачи сегодня достаточно расхожим стал тезис о необходимости максимального развития среднего и малого бизнеса. При этом провозглашается задача значительного повышения удельного веса средних и малых предприятий в общей организационно-правовой структуре хозяйственной деятельности РФ. Как у нас водится, основной упор в решении данной задачи делается на частную инициативу. Особенностью развития производства России на современном этапе является то, что переход к многоукладности организационно-правовых форм хозяйствования идет не снизу в верх, а наоборот. Другими словами, ставится задача необходимо ускорения процесса перехода от монопольной к многоукладной структуре экономики, что должно способствовать созданию конкурентной среды, как наиболее эффективной для интенсификации производства.

Росстат России определяет, что к средним предприятиям следует относить те, у которых среднегодовая численность варьируется в пределах от 100 до 250 человек и объем выручки не превышает 1000,0 млн. рублей за год.<sup>8</sup> Малым предприятие следует считать производственную деятельность, в которой участвуют не более 100 человек, а выручка за год не превышает 400,0 млн. рублей. К микропредприятиям рекомендуется относить те, у которых занятых численность не превышает 15 человек, а выручка - не более 60,0 млн. рублей за год.

Если в отношении средних предприятий можно сказать, что ускорение процесса их формирования в большей степени обусловлено особенностями их учета и их отделения от крупных предприятий, то в отношении малых и микропредприятий речь идет уже о том, чтобы заново создавать указанную производственную прослойку. В структуре плановой экономики малые и микропредприятия полностью отсутствовали из-за изначально заданной установки партии и правительства на укрупнение производственных предприятий. Данный посыл кроме методологической парадигмы имел еще и чисто практический, состоявший в том, что управлять крупными предприятиями в формате министерств и ведомств значительно проще.

Специфика малого и микро- бизнесов состоит в том, что они максимально приспособлены к региональным и местным особенностям ведения бизнеса. Для министерской бюрократии учет указанной специфики в управ-

---

<sup>8</sup> Постановление Правительства РФ от 9 февраля 2013 г. № 101

лении производственно-хозяйственной деятельностью предприятий является серьезным дискомфортом, так как менталитет любой бюрократии, прежде всего, состоит в стремлении максимального упрощения принципов принятия управленческих решений, чего невозможно достичь, если учитывать все региональные и местные особенности на столь обширной территории России.

Следует признать, что сама постановка вопроса об ускорении в формировании среднего и малого бизнеса, является признаком серьезного методологического и практического поворота в перестройке всей государственной системы управления экономикой страны, в основе которой лежит максимальный учет интересов и специфики регионов. При этом роль малого бизнеса видится в том, что с его помощью можно осваивать те участки и горизонты в хозяйственной деятельности, которые для крупных предприятий осваивать не эффективно, с учетом значительной волатильности местных условий.

Социально-экономическая роль среднего и малого бизнеса состоит в том, что они более приспособлены к изменению условий ведения бизнеса. Немаловажную роль малый бизнес играет, прежде всего, в пополнении местных бюджетов и в снижении в них расходной части, связанной с социальной помощью безработным гражданам России. Важным аспектом в функциональной роли малого бизнеса, в части развития общественного производства, является то, что именно в его среде вызревают условия для формирования сначала среднего, а затем и крупного бизнеса. В то же время следует учитывать и тот факт, что малый бизнес представляет собой наиболее рискованный вид хозяйственной деятельности. Исследования, проведенные Н. М. Филимоновой, Н.В. Моргуновой, А.О. Блиновым и В.В. Гуляевой показали, что из общего числа малых предприятий в самый трудный, то есть первый год работы, связанный с выходом на рынок:

- 6,2% в состоянии решить все проблемы;
- 61,8% - основную часть проблем;
- не могут адаптироваться и справиться с основной массой трудностей 29,0% фирм;
- число абсолютных неудачников составляет в среднем 3,0%».

При этом статистика показывает, что из общего числа вновь организуемых малых и микропредприятий через 5 лет «на плаву» остается не более 3,0%<sup>9</sup>. Это означает, что по сравнению со средними и крупными предприятиями жизненный цикл малых предприятий значительно короче. В то же время выявлено, что «...до 50% малых предприятий не регистрируется, реальный фонд заработной платы малых предприятий превышает официальные показатели почти на 90%, фактическая занятость в малом бизнесе выше

---

<sup>9</sup> Н.М. Филимонова, Н.В. Моргунова, А.О. Блинов и В. В. Гуляева «Развитие малого предпринимательства и системы его поддержки в регионе» Владимир 2001 г. Владимирский государственный университет, стр. 34



официальной на 70%, и на 70% занижается выполненный ими объем работ»<sup>10</sup>.

**Показатели хозяйственной деятельности предприятий РФ  
по видам организационных форм в 2013 г.**

Таблица 1

Наименование показателя	Предприятия				
	Всего	Крупные	Средние	Малые	Микро.
Количество предприятий (ед.)	4 767 300	2 591 824	13 782	391 650	1 770 044
Количество предприятий (%)	100,0%	54,4%	0,3%	8,2%	37,1%
Численность занятых (тыс. чел.)	67 901,0	52 076,2	2 241,3	8 358,7	5 224,8
Численность занятых (%)	100,0%	76,7%	3,3%	12,3%	7,7%
Выручка (млн. руб.)	114 625 700,0	103 770 411,0	4 750 655,4	2 741 550,0	3 363 083,6
Выручка (%)	100,0%	90,5%	4,1%	2,4%	2,9%

Благодаря Росстату сегодня мы располагаем статистическими данными только за 2013 год, по итогам которого можно увидеть, что из общего числа действующих предприятий малые и микропредприятия составляет 45,3%, в то время как по численности занятых их удельный вес всего 20,0%. В общем объеме реализованной продукции удельный вес малых и микропредприятий составляет всего 5,3%. Для того, чтобы малый бизнес обеспечивал не менее 50% всей реализованной продукции в России (в ценах 2013 года), сфера его деятельности должна увеличиться в 9,4 раза. Если решать данную проблему только экстенсивным путем за счет роста количества предприятий, то при средней удельной численности занятых на предприятиях малого и микробизнеса в 2013 году для работы в них потребуется привлечь порядка 128 млн. человек, что не реально. Из этого следует, что наряду с масштабным ростом малого бизнеса чрезвычайно актуальной остается и проблема повышения эффективности их деятельности. Если верить тому же Росстату РФ, то в 2013 году средняя рентабельность активов всех действующих предприятий в России составила 4,5%. Согласно нашим расчетам, полученным на основе данных Росстата, доходность активов малых и микропредприятий в 2013 году составила соответственно 3,54% и 1,01%.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Там же стр. 36

<sup>11</sup> Малое и среднее предпринимательство в России Официальное издание, Росстат, 2014 год.

Сама постановка повышения экономической роли малого бизнеса в общественном производстве России означает, что акценты управления процессом развития данного сектора перемещаются из центра в регионы. С учетом многообразия частных случаев, связанных с ведением бизнеса малых и микропредприятий в различных регионах, актуальной становится проблема совершенствования механизма управления данным процессом именно на уровне региональных и местных органов исполнительной власти. В данной статье мы предлагаем рассмотреть актуальные проблемы, связанные с формированием инструментальной части указанного механизма.

В первую очередь это касается методологии статистического наблюдения за малым бизнесом. Если проанализировать структуру и назначение статистических данных, которые сегодня собирает и обобщает Росстат РФ по предприятиям малого бизнеса, то следует признать, что в отношении них используется та же модальность, что и в отношении крупных и средних предприятий. Среди основных замечаний, которые можно привести по поводу публикуемой статистики малого бизнеса, прежде всего, следует отметить, что в них отсутствует региональный аспект. Все что мы сегодня знаем о малом бизнесе это количество малых предприятий и среднюю численность занятых в них. При этом, по-видимому, ради экономии средств наблюдений, если численность предприятий представлена в развернутой форме по всем видам экономической деятельности с учетом подотраслевой принадлежности, то среднесписочная численность занятых на этих предприятиях приводится только в отраслевом разрезе, без подотраслевой структуры внутри отдельных видов экономической деятельности.

Статистические данные об активах, имеющихся на балансе малых и микропредприятий, структурируют их на внеоборотные и оборотные активы по состоянию на конец отчетного периода. В отношении данного раздела необходимо сказать, что внеоборотные активы, числящиеся на балансе предприятий, не отражают те активы, которые арендует малый бизнес, а, как известно, в соответствии с правилами бухгалтерского учета арендуемые активы учитываются на забалансовых счетах.

Пассивы, характеризующие источники финансирования активов, представлены двумя разделами: собственным капиталом и краткосрочными обязательствами. В отношении краткосрочных обязательств можно сказать, что согласно логике финансового анализа и профессиональной оценки краткосрочные обязательства не могут рассматриваться в качестве долгосрочных инвестиций, в связи с чем, рассматривать краткосрочные обязательства наряду с собственным капиталом и сформированными резервами – это нонсенс, поскольку чаще всего краткосрочные заимствования используются для пополнения оборотного капитала на краткосрочный период.

Общим замечанием к показателям, характеризующим структуру активов и источников их формирования у малых и микропредприятий, является то, что для финансового анализа значимым является не их состояние на конец отчетного периода, а их среднегодовое значение, что позволяет более

точно оценить доходность, как инвестированного, так и рабочего капитала, так как финансовый результат формируется в течение всего отчетного года.

В статистическом сборнике, посвященном малому и среднему предпринимательству, изданном в 2014 году и отражающем последние статистические данные об их состоянии только на конец 2013 года, нет раздела, относящегося к работе индивидуальных предпринимателей, в то время как данная форма самостоятельности занятых в данном сегменте малого бизнеса, весьма значима как в экономическом, так и в социальном плане.

В качестве частного замечания хотелось бы отметить, определенное лукавство Росстата РФ и в самом формате приведения статистических данных по малым и микропредприятиям. Речь идет о том, что статистика по малым предприятиям везде приводится совокупно с данными по микропредприятиям. При этом рядом представлен и материал отдельно по микропредприятиям. Для того, чтобы получить статистику только по малым предприятиям, а они отличаются от микропредприятий и по средней численности, и по максимальной выручке, необходимо проводить дополнительные расчеты.

В указанном сборнике приведенная статистика на 90% соответствует структуре статистического мониторинга хозяйственной деятельности крупных предприятий. В то же время в нем отсутствуют данные, характеризующие социальную значимость малых и микропредприятий, а также индивидуальных предпринимателей, работающих без образования юридического лица. Эта значимость, по нашему мнению, характеризуется, как участием в формировании региональных и местных бюджетов, так и снижением нагрузки на затратную часть этих бюджетов в части социальной поддержки безработных социально-незащищенных слоев населения.

Для регионального и местного уровней управления малым бизнесом значимым является его бюджетная эффективность, которая характеризует структуру распределения доходов между всеми участниками данной деятельности. Сам показатель бюджетной эффективности, представляет собой распределение доходов, получаемых: инвестором, занятым работником, кредитором и бюджетом. Доход инвестора – это прибыль, доход занятого работника – заработная плата, кредитора – проценты, бюджета – налоги, фиксированные платежи, а также отчисления в страховые фонды.

Наряду с выплатами по заработной плате малыми и микропредприятиями для анализа динамики их хозяйственной деятельности и оценки их финансового здоровья, важно иметь представление о том, какую часть в операционных расходах малого бизнеса составляют фиксированные платежи и аренда имущества, а также соотношение выплат в бюджет с фактически полученными финансовыми результатами. Актуальным также является удельный вес выплат процентов по займам, связанным с поддержкой операционной деятельности малых предприятий. Нам представляется, что только развернутый статистический мониторинг за деятельностью малых

предприятий и за их финансовым состоянием позволит оперативно регулировать на региональном и местном уровнях условия, определяющие их деятельность.

В связи с рассматриваемыми проблемами считаем необходимым также обратить внимание региональных и местных властей на такой важный инструмент, каким является межотраслевой баланс, рассчитываемый для данного региона. Технология разработки межотраслевого баланса отработана практикой государственного планирования еще в 80 – е годы прошлого столетия. Разработка межотраслевого баланса на региональном уровне позволяет оценить два основных вектора в движении товаров и услуг:

- объем и структуру продукции, произведенную предприятиями данного региона, и те ее части, которые реализованы в данном и в других регионах;

- объем и структуру продукции и услуг, импортируемых из других регионов, в том числе и из-за рубежа.

Соотнесение двух указанных векторов в движении произведенной и проданной в регионе продукции позволяет определить сложившиеся в них потребности в той или иной продукции. Дефицит производства или спроса на определенные виды продукции и услуги в регионе является ориентиром для инициативы региональной и местной исполнительных властей для выбора направлений в развитии развития малого бизнеса.

Одним из основных инструментов в развитии малого бизнеса являются финансы. Согласно Распоряжению Правительства РФ от 21 марта 2015 года №476-р в 2015 году планировалось выделить субъектам федерации 1 624,5 млн. рублей. По отношению к стоимости всех активов в 2013 году данная плановая сумма субсидирования малого бизнеса составила 5,6%. К сожалению, отечественная статистика не располагает данными, какую сумму кредитов и на какие цели выдали в том или ином году коммерческие банки. В то же время сумма вкладов населения в 2014 году в кредитные организации РФ - составила **17 755,1** млрд. рублей, или 22,6 % от общей суммы их пассивов. Однако, отечественные кредитные учреждения весьма неохотно кредитуют малый бизнес из-за его низкой эффективности.

## Структура пассивов кредитных организаций РФ в 2014 году (на начало года)<sup>12</sup>

Таблица 2

Пассивы кредитных организаций РФ	2014 г. млрд. руб.	2015 г. млрд. руб.	В среднем за год млрд. руб.	Структура пассивов (%)	Прирост активов	
					млрд. руб.	%
1	2	3	4	5	6	7
Фонды и прибыль организаций всего	6 629,2	6 921,9	6 775,6	100,0%	292,7	100,0%
<i>в том числе:</i>						
- фонды	3 261,0	3 357,4	3 309,2	48,8%	96,4	1,4%
- прибыль (убыток) с учетом финансовых организаций прошлого периода	3 678,3	3 479,1	3 578,7	52,8%	-199,2	-2,9%
- прибыль (убыток) текущего периода	993,6	589,1				
Привлеченные средства всего	67 751,4	89 283,7	78 517,6	100,0%	21 532,3	100,0%
<i>в том числе:</i>						
- кредитные средства, полученные от Банка России	4 439,1	9 287,0	6 863,1	8,7%	4 847,9	6,2%
- корреспондентские счета кредитных организаций всего	584,1	964,8	774,5	1,0%	380,7	0,5%
- кредитные средства, полученные от других кредитных организаций	4 806,0	6 594,2	5 700,1	7,3%	1 788,2	2,3%
- средства клиентов всего	34 930,9	43 814,0	39 372,5	50,1%	8 883,1	11,3%
- из них вклады физических лиц	16 957,5	18 552,7	17 755,1	22,6%	1 595,2	2,0%
- облигации	1 213,1	1 357,5	1 285,3	1,6%	144,4	0,2%
- банковские векселя и акцепты	1 004,3	868,1	936,2	1,2%	-136,2	-0,2%
- производные финансовые инструменты	134,7	1 953,3	1 044,0	1,3%	1 818,6	2,3%
- прочие пассивы всего	3 681,7	5 892,1	4 786,9	6,1%	2 210,4	2,8%

Следует отметить, что в кредитовании малого бизнеса преимущественно участвуют банки с государственным участием. Только Сбербанк в 2015 году имел кредитный портфель малого бизнеса в 1,2 трлн. рублей. В общем объеме кредитов, выданных отечественными банками предприятиям малого бизнеса в 2015 году, только 11,0% имели долгосрочный характер, 89,0% кредитов было представлено на краткосрочные периоды. При этом среднегодовая кредитная ставка для малого бизнеса составила 17-18% . По

<sup>12</sup> Источник: [cbr.ru/analytcs/bank\\_system/obs\\_ex.pdf](http://cbr.ru/analytcs/bank_system/obs_ex.pdf)

данным Федора Боровикова срок окупаемости инвестиций в малый и средний бизнес к 2015 году увеличился с 1,5 года до 4,6 лет.<sup>13</sup> К сожалению, с учетом негативных тенденций, ожидаемых в 2016 году, можно ожидать ужесточение со стороны коммерческих банков условий выдачи кредитов предприятиям малого бизнеса.

Нам представляется, что региональным властям следует активнее участвовать в кредитовании малого бизнеса со стороны тех банков, которые собирают вклады населения в данном регионе. Так, например, банк МСП привлекал денежные средства под 3,55 -6,5%, а ставки для пользователей кредитов доходили до 26,0%<sup>14</sup>.

Анализ доходности активов кредитных организаций РФ в 2014 году, проведенный на основании данных Центрального банка России, показывает, что средняя доходность всех активов коммерческих банков составляет 10,87% , а доходность собственных средств - более 140%, при этом доля указанных средств в общей сумме активов, находящихся на их балансе, составила всего 7,66%. Иными словами, в настоящее время мы имеем, по сути, перевернутую экономику, так как в ней нарушен основной закон рынка, определяющий уровень доходности в соответствии с уровнем рисков того или иного бизнеса. В отечественной банковской сфере все наоборот. Собери минимальную сумму, установленную ЦБ РФ для начала банковской деятельности, получи лицензию ЦБ РФ и у тебя появляется возможность привлекать средства от населения и хозяйствующих субъектов в соотношении 13 к 1, и ты получаешь возможность за 8,5 месяца окупить вложенные тобой средства.

### **Структура и доходность активов кредитных организаций РФ в 2014 году (в среднем за год)<sup>15</sup>**

Таблица 3

Всего активы кредитных организаций РФ (млн. руб.)	5 416 692,0
Собственные средства кредитных организаций РФ (млн. руб.)	414 990,5
Удельный вес собственных средств в активах банков (%)	7,66%
Прибыль по итогам 2014 года (млн. руб.)	589 000,0
Доходность всех активов кредитных организаций (%)	10,87%
Доходность собственных средств кредитных организаций (%)	141,93%

Из данных, приведенных в таблице 3, видно, что основным препятствием в кредитовании малого бизнеса являются не риски, ему сопутствующие

<sup>13</sup> Источник: Российская газета от 1 февраля 2016 г № 19 (6887)

<sup>14</sup> Там же

<sup>15</sup> Рассчитано на основании данных ЦБ РФ: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)

щие, а чрезмерно высокая доходность банковской деятельности, на фоне которой кредитование малого бизнеса становится для них малопривлекательной. В нормальной экономической среде доходность собственных активов коммерческих банков, инвестированных в данный бизнес, должна быть ниже доходности аналогичных инвестиций в производственную сферу.

По нашему мнению, региональные власти должны активнее участвовать в процессе кредитования малого бизнеса, добиваясь того, чтобы соотношение ставок доходности активов банковского сектора не превышал доходности активов производственного сектора более чем на 50%. Другими словами, если банк привлекает от населения данного региона денежные средства под 5,0% годовых, то и средняя годовая ставка для потребительских кредитов и для краткосрочных кредитов малому сектору не должна превышать 7,5%. Довольно часто имеет место ситуация, когда коммерческие банки собирают в том или ином регионе средства от населения и затем переводят их в центральный офис, расположенный совсем в другом регионе. Там эти средства используются на различные цели, в том числе и для игры на бирже, при этом кредитование населения в этом регионе, в том числе и малого бизнеса, всячески тормозится. Сегодня пассивность в отношении сложившейся ситуации с кредитованием малого бизнеса со стороны региональных властей недопустима. Настало время ограничивать работу тех банков, которые, развивая свою региональную сеть, не заинтересованы в решении социально-экономических проблем тех регионов, где они присутствуют. При этом со стороны региональных властей должен быть налажен постоянный мониторинг процесса выдачи кредитов малому бизнесу со стороны тех банков, которые присутствуют в регионе и, прежде всего, в той части, которая касается причин отказа в выдаче кредитов.

Значимым инструментом в ускорении развития малого бизнеса является налоговая система. В России в настоящее время существуют определенные преференции для малого бизнеса, позволяющие ему выбирать один из двух вариантов его налогообложения. В частности он может выбрать либо платить налог с прибыли от финансовых результатов, либо платить от оборота. Существует также и система оплаты патента. При этом малому бизнесу также дано право выбора по расчетам НДС с бюджетом. Если он выбирает вариант, при котором он не проводит расчеты по НДС, объем выручки, с которой он должен произвести выплаты в бюджет, снижается. Правда, при этом он теряет привлекательность по совместной работе у тех предприятий, с которыми он мог бы находиться в кооперации. Производить расчеты по НДС или нет зависит от удельного веса его собственных затрат на технологический передел. Так, например, в сфере услуг, где удельный вес собственных затрат на технологический передел, осуществляемый малым бизнесом, превалирует над теми затратами, которые связаны с оплатой услуг сторонних организаций и с приобретением сырья и материалов, ему выгоднее не производить расчеты по НДС. В то же время в сфере торговой деятельности,

где товар в основном приобретается им для перепродажи, вариант с расчетами по НДС является более привлекательным. Надо сказать, что для любого бизнеса расчеты по НДС напрямую не связаны с его налоговой нагрузкой, как это пытаются представить отдельные представители бизнеса. В любом варианте НДС оплачивает конечный потребитель, то есть население. Для бизнеса уровень ставки НДС влияет лишь на величину той части оборотных активов, которую необходимо иметь для авансовых расчетов с бюджетом на период, пока он не получит возврата затраченных им средств по НДС от покупателя своей продукции или услуг.

Серьезным стимулом в активизации региональных властей развивать малый бизнес в своих регионах мог бы стать новый принцип его расчетов с федеральным бюджетом, при котором все отчисления, осуществляемые вновь организуемыми предприятиями малого бизнеса в федеральный бюджет, в течение первых трех лет их работы оставались бы в региональном бюджете. За счет этих средств можно было бы формировать региональные фонды по развитию малого бизнеса.

Важным инструментом в региональном механизме управления развития малым бизнесом может стать франчайзинг. Сегодня в стране в формате франчайзинга действует около 40 тысяч точек. «По прогнозам ассоциации к 2025 году в стране их будет работать около 400 тысяч точек, . . . что даст от 4 до 5 миллионов новых рабочих мест.»<sup>16</sup>

Основная выгода работы малого бизнеса в формате франчайзинга состоит в том, что именно в самый трудный период его деятельности, в первые 3 года, риски, связанные с началом его хозяйственной деятельностью резко снижаются, за счет того, что франчайзер предоставляет ему услуги в части:

- форматирования бизнеса;
- оценки и подбора месторасположения торговой точки для ее деятельности;
- подбора транспортных средств;
- предоставления комплекса предметов корпоративной идентификации;
- обучения персонала;
- обучения управленческому учету и администрированию;
- помощи в управлении;
- обеспечения учебными материалами и пособиями;
- технической и правовой поддержки и др.

Так по данным Администрации малого бизнеса США в течение первых пяти лет более 65% малых предприятий по тем или иным причинам прекращают своё существование, из них только 14% предприятий, работающих по

---

<sup>16</sup> И. Зубарева «Франшизы набирают популярность Плетут сети. Российская газета 18 января 2016 г. №7 (6875)



системе франчайзинга<sup>17</sup>. Франчайзинг, как формат ведения бизнеса, предполагает вступительный взнос или первоначальные инвестиции франчайзи в специфические активы франчайзера, которые, по сути, и являются франшизным сбором последнего. При этом указанные инвестиции могут представлять собой довольно внушительные суммы. Именно этот фактор и является сегодня основным тормозом в использовании франчайзинга в развитии малого бизнеса.

Роль региональных властей в данном процессе могла бы состоять в том, чтобы за счет регионального фонда развития малого бизнеса приобретать те виды франшиз, которые соответствовали бы интересам региона, для того чтобы в последствии сдавать их в аренду на конкурсной основе тем, кто хотел бы заняться малым бизнесом. Именно аренда франшизной точки может быть хеджем в части того, что активы, сформированные за счет средств регионального фонда, не будут потеряны. Эффективность указанных инвестиций, по нашему мнению, следует определять по отношению к приросту налоговых отчислений в бюджет за счет работы указанных франшизных точек.

## **О ПРЕОДОЛЕНИИ ПРОБЛЕМ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ И ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ**

**Прокушев Евгений Федорович,**

*доктор экономических наук, профессор Белгородского  
университета кооперации, экономики и права, г. Белгород, Россия*

**Голубь Мария Евгеньевна,**

*кандидат экономических наук, доцент Образовательного  
учреждения профсоюзов высшего образования «Академия труда  
и социальных отношений», г. Москва, Россия*

**Аннотация.** В статье анализируются проблемы развития экономики, экспорта и импорта страны за последние годы. Рассмотрен прогноз развития экономики, экспорта, импорта инвестиций. Предложены некоторые пути преодоления проблем в развитии экономики, экспорта и импорта с целью их стабилизации.

**Ключевые слова:** экономика, экспорт, импорт, инвестиции, базовый и оптимистический прогнозы, политические и экономические санкции.

**Summary:** In article problems of development of economy, export and import of the country in recent years are analyzed. The forecast of development of economy, export, import of investments is considered. Some ways of overcoming problems in development of economy, export and import for the purpose of their stabilization are offered.

---

<sup>17</sup> См. подробнее В.В. Ковалев «Финансовый анализ: управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. М. 1997 г.

**Keywords:** economy, export, import, investments, basic and optimistic forecasts, political and economic sanctions.

В основе жизни населения любой страны находится ее экономика, определяющая последовательное решение социальных, политических, национальных задач и международных отношений.

Большой вклад в успешное развитие экономики вносят наряду с производственной сферой международная торговля и инвестиционная деятельность.

В статье «Прогноз развития российской экономики на 2016–2017 гг.» ее авторы выполнили весьма основательный анализ развития экономики России [1, с. 2–7], в т.ч. показателей экспортной, импортной, инвестиционной деятельности в 2015 году и их прогноз на 2016, 2017 гг. (табл.).

Базовый прогноз основан на предположении о том, что цены на нефть Urals 2017 г. не превысят 40 долларов США за баррель. Оптимистичный прогноз предполагает, что в 2017 г. баррель нефти будет стоить 55 долларов США [1, с. 5–7].

Таблица

Развитие экономики, экспорта, импорта в России  
в 2016–2017 гг. по базовому и оптимистичному прогнозам\*

Базовый прогноз	Ед. изм.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Темп роста 2017 г. к 2015 г., %
ВВП	млрд руб.	80804	84506	91506	113,2
Инвестиции в основной капитал, индекс физического объема	%	91,6	96,2	99,8	-
Экспорт, в том числе нефтегазовый экспорт	млрд долл.	389,2 198,0	305,3 125,7	324,6 135,6	83,4 68,5
Импорт	млрд долл.	280,9	248,3	263,1	93,7
Сальдо (экспорт-импорт)	млрд долл.	108,3	57,0	61,5	56,8
Оптимистичный прогноз					
ВВП	млрд руб.	80804	86419	93953	116,3

Инвестиции в основной капитал, индекс физического объема	%	91,6	98,2	102,2	–
Экспорт, в том числе нефтегазовый экспорт	млрд долл.	389,2	353,4	381,1	97,9
Импорт	млрд долл.	198,0	170,3	186,6	94,2
Сальдо (экспорт-импорт)	млрд долл.	280,9	263,8	284,9	101,4
		108,3	89,6	96,2	88,8

\* Источник: [1, с. 5–7].

Начиная с 2015 г. произошло существенное снижение макроэкономических показателей по сравнению с предыдущим годом: снижение валового внутреннего продукта (ВВП) составило 3,7%, инвестиции уменьшились на 8,4%; объем экспорта во внешней торговле в долларовом измерении потерял 30,9%, а импорт потерял 34,5% [1, с. 2].

ВВП по базовому прогнозу с учетом роста цен на услуги и ряд товаров за период с 2015 г. по сравнению с 2017 г. увеличится на 13,2%, а по оптимистичному прогнозу за этот же период ВВП может увеличиться на 16,3% (табл.).

С начала 2016 г. объем экспорта России из-за падения цен на нефть, металлы, ряд сырьевых товаров по базовому сценарию в связи с сокращением составит 305 млрд долл. В то же время объем импорта снизится до 248 млрд долл. В 2017 г. экспорт России по оптимистичному сценарию достигнет 324,7 млрд долл., а импорт – 263,1 млрд долл. (табл.).

В публикациях ученых Белгородского университета кооперации, экономики и права О.П. Матвеевой [18, с. 235–244], О.П. Матвеевой, Е.Е. Прушковской [19, с. 264–272], О.П. Матвеевой, Т.Н. Прижигалинской, Н.Н. Глаголевой, Д.С. Терновского [20, с. 70–81], Р.П. Мешечкиной [21, с. 47–52], Е.Ф. Прокушева [24, с. 39–55], И.И. Чуевой [29, с. 255–260] большое внимание уделяется развитию импорта во внешней торговле России и ее регионов до 2014 г.

Однако с 2015 года в связи с государственным политическим переворотом в Украине резко изменилось экономическое и политическое сотрудничество со многими странами мира. Падение показателей экспорта и импорта в мировой торговле вызвано стремлением США и их союзников в Западной Европе, Японии, Австралии и некоторых других странах наказать Россию введением экономических и политических санкций за отказ страны от поддержки Крыма, Луганской и Донецкой областей, не согласившихся с политикой киевских властей, полностью реализующих свою политику в интересах США и националистических партий Украины.

Безусловно, внешнеэкономическая политика, геополитика США и других зарубежных стран оказывают большое отрицательное воздействие на развитие экономики России, ее внешнюю торговлю.

По мнению ряда ученых, экономистов, политиков, журналистов, необходимо рассмотреть ошибки, неверные решения в экономике, недоработки российских экономистов, финансистов, предпринимателей, хозяйственных руководителей, политиков, законодателей.

В статье В. Винникова «Продается государство!» приведено сообщение одного из создателей Московского экономического форума (МЭФ) Константина Бабкина: «Статистика говорит, что за первую половину 2015 г. обрабатывающие производства сократились на 4,9%, строительство – на 7,7%, ВВП упал на 3,36%, реальные зарплаты – на 8,8%. Современное состояние экономики нас не может удовлетворять и этот спад, тем более, что мы видим огромный потенциал экономики нашей страны [6, с. 2]».

В то же время в правительстве России и в Центробанке нынешний курс в экономике считают совершенно правильным, а критику этого курса относят к необоснованной и безответственной. И даже не считают падение курса рубля в два раза неудачей и провалом в экономике [6, с. 2].

На заседании Московского экономического форума был заслушан доклад академика РАН С. Глазьева «О дополнительных мерах по нейтрализации угроз экономической безопасности РФ в условиях международных санкций», который вызвал зубовой скрежет либералов.

В сообщенных им материалах прозвучали следующие критические замечания в адрес Центрального Банка и правительства РФ [6, с. 2]:

«1. Среди причин нынешнего кризиса российской экономики присутствует и фактор падения цен на нефть, и фактор экономических санкций против нашей страны, но главной причиной является резкая девальвация рубля, произошедшая после перехода к его свободному курсу. Это привело к ценовому шоку, раскрутился маховик галопирующей инфляции, а попытки «таргетировать» ее через повышение процентных ставок лишь усугубили ситуацию, добавив к высокой инфляции падение производства и инвестиций».

2. Центральный банк все время надеется, что за счет сжатия денежной массы и удорожания денег он может побороть инфляцию, но каждый раз это приводит к обратным результатам: в 1990-е годы, в конце 1990-х годов, после 2008 года и сейчас уже в четвертый раз опять проводится такая же политика.

3. Если мы не сможем ограничить движение спекулятивного капитала через нашу границу, то мы не можем ни управлять курсом рубля, ни проводить самостоятельную денежную политику.

4. Экономические санкции Запада не распространяются на краткосрочные кредиты, поэтому наши спекулянты могут занимать любые суммы за рубежом, устраивая на них скачки рубля и фактически манипулируя не только валютным рынком, но и всей экономикой».

Так как процентные ставки за кредит в России выше, чем за рубежом, заемщики уходили за границу и там брали кредиты. Параллельно с переводом права собственности в оффшоры произошла утечка капитала в размере 120–140 млрд долл. В результате рубль превращается в самую недооцененную валюту мира, будучи донором мировой экономики [23, с. 3]. При этом Центробанк РФ и правительство не противодействует этому процессу в должной мере.

Академиком С. Глазьевым разработаны также материалы «О неотложных мерах по укреплению экономической безопасности России и выводу российской экономики на траекторию опережающего развития».

Точку зрения С. Глазьева поддерживает ряд ученых, общественных деятелей, экономистов. Хотя в работах академика С. Глазьева отсутствует формулировка понятия «мобилизационная экономика», многие специалисты уже назвали его подход к модернизации экономики мобилизационным, предполагающим сосредоточение у правительства твердой, жесткой политики в управлении финансами, сырьем, трудовыми, материальными ресурсами.

Наряду с понятием «мобилизационная экономика» экономическая система, разработанная С. Глазьевым, по мнению писателя А. Проханова, экономистов М. Тишкова, С. Батчикова, В. Симчеры, несомненно, содержит в себе явные признаки и свойства категорий православного социализма [25, с. 4; 2, с. 3; 2, с. 1, 4; 28, с. 3].

Конкретную поддержку программе реформирования академику С. Глазьеву изложил Н. Вардуль, главный редактор «Финансовой газеты». В его статье «Кто остановит падение рубля? Что нужно российской экономике кроме секвестра бюджета» в газете «Московский комсомолец. РРЕ» эта поддержка реформированию экономики сформулирована так: «Самая известная – программа советника президента, академика РАН Сергея Глазьева. С эмиссионным финансированием, жестким административным контролем, индикативным планированием и видами на мобилизационную модель экономики. Это ставка не на компании, а на государство. Надо выбирать. И курс, и реформаторов. В правительстве их не нашлось [5, с. 9].

Весьма пессимистичные мысли высказывает известный сторонник либерализации экономики, бывший глава Минэкономразвития, а ныне глава Сбербанка Герман Греф, который на гайдаровском форуме 2016 года жестко и категорично заявил: «Мы проиграли конкуренцию и оказались в стане стран, которые проигрывают, стран дауншифтеров. Страны, которые сумели адаптироваться, – победители» [17, с. 5].

Сообщив такую неприятную для либеральных деятелей «глубокую» мысль, Греф не смог изложить причину, почему Россия проиграла глобальную конкуренцию на мировом рынке. Этот проигрыш обеспечили вольно или невольно его единомышленники-либералы, а также по вине его собственных усилий, так как он разрабатывал стратегию на «нулевые» годы, во время которых он был министром экономического развития и торговли. К

тому же Греф был одним из ключевых лоббистов, запихавших Россию во Всемирную торговую организацию (ВТО), как потом оказалось на кабальных, близких к колониальным, условиях [13, с. 8].

Серьезная критика в адрес правительства России регулярно публикуется в средствах массовой информации (СМИ) директором Института проблем глобализации Михаилом Делягиным. Приведем примеры материалов только из четырех статей, опубликованных в газетах «Завтра» №№ 9, 10, 11, 18 в 2016 г.

В газете «Завтра» № 9 в статье «Сколковский синдром» М. Делягин сформулировал процесс создания проекта «Сколково» как девелоперский метод добывания крупных денег из государственного бюджета для последующего их «распила для своих» без какой-либо отчетности после их расходования на самые фантастические разработки [12, с. 3].

В статье «Дельные мысли» в газете «Завтра» № 10 М. Делягин убедительно доказывает, что правительство России, следуя либеральным догмам, стремится обслуживать только интересы глобального бизнеса, которые направлены не на конкуренцию, а на ее блокирование. А также для блокировки российской экономики «коллективный Запад» до настоящего времени, не обращая внимания на членство России во Всемирной торговой организации, использует такие нелегитимные средства, как применение различных санкций во внешнеэкономической деятельности, превращающихся в «войну на уничтожение» [10, с. 3].

М. Делягин в статье «Как нас убивают» («Завтра» № 11) твердо утверждает, что «новый виток приватизации – уничтожение России» [11, с. 3].

Статья М. Делягина «Анекдот? Или статья?» посвящена счетной палате Российской Федерации, заявившей по итогам проверки корпорации РОСНАНО о «финансовой недобросовестности» ее руководства, включая Анатолия Чубайса [7, с. 2].

Журналисты Е. Беляков, С. Ручко опубликовали статью «Нано невезения» в газете «Комсомольская правда», где подтвердили точку зрения М. Делягина по поводу деятельности РОСНАНО: «Инвестиции во многие проекты оказались провальными, но менеджеры госкорпорации получили миллиарды рублей премий» [4, с. 4].

США не только упорно противодействуют развитию экономики России, они также противодействуют экономическому сотрудничеству Китая и России. Например, Китай за тридцать лет реформ набрал более триллиона долларов накопленных инвестиций, но 98% внешних инвестиций не попадают в Россию [15, с. 12].

Особенно ярко проявляется нежелание США сотрудничать с Россией в различных сферах, кроме космоса. В ходе предвыборных дискуссий кандидатов в президенты Хилари Клинтон, готовой превратить в руины весь мир, и Трампа, предлагающего пересмотр всей военно-политической карты мира, не предлагая России «дружит с Америкой против Китая», становится очевидным негативное отношение элит США к России [9, с. 3].

Чем можно объяснить имеющиеся в экономических отношениях США и России весьма недружественные, затрудняющие развитие экономики России.

Журналисты А. Нагорный и Н. Коньков опубликовали статью «Россия на грани» в газете «Завтра», в которой дали ответ на вопрос «Готов ли Кремль защитить прошлое, настоящее и будущее нашей Родины?».

В статье они отметили: «Начиная с 2012 года Россия подвергается нарастающему давлению своих западных «партнеров» во главе с Соединенными Штатами Америки. Это давление выходит далеко за рамки нормальных межгосударственных отношений и описывается терминами «гибридной войны», «прокси-конфликта», неизменными составляющими которых оказываются дискриминационные санкции, провокации, информационная война, раздувание «горячих точек» по периметру национальных границ и внутри страны, активизация «пятой колонны», террористические акты и «цветные революции». При этом государство, избранное в качестве объекта агрессии, на весь мир объявляется «агрессором», «мировым злом» и угрозой человечеству [22, с. 1, 5].

Авторы этой статьи задают вполне резонный вопрос, закономерный для нынешней ситуации: «Что может наша страна противопоставить новому нашествию «коллективного Запада», способна ли она, как во времена Наполеона и Гитлера, остановить очередного претендента на единоличное всемерное господство?» [22, с. 1].

В настоящее время США как страна является фактически банкротом, так, ее долги в мировой экономике уже приближаются к 19 триллионам долларов. Поэтому планы развязать войну с Россией, в которой находится по разным оценкам от 25 до 35% всех ресурсов мира и имеется всего 2% численности населения мира, на взгляд жадных и алчных властителей, нетрудно захватить и разделить между собой, чтобы рассчитаться с долгами.

Считаю целесообразными и логичными предложения А. Нагорного и Н. Конькова о выходе из создавшегося положения [22, с. 5]:

- необходимо сменить либеральный социально-экономический курс;
- осуществить перевод всех государственных активов и активов российских резидентов в Россию;
- обеспечить реальную борьбу против коррупции на всех уровнях «властной вертикали»;
- использовать новую стратегию долгосрочного планирования системной модернизации российской экономики;
- ужесточить реакции на обстрелы киевской хунтой юго-востока Украины.

Успешная реализация указанных выше предложений создаст реальные условия для стабилизации и роста российской экономики, дальнейшей интенсификации внешнеторговой деятельности на базе увеличения экспортных поставок и импортных закупок.

## Список литературы

1. *Аверкиев В.* Прогноз развития российской экономики на 2016–2017 гг. / В. Аверкиев, С. Дробышевский, М. Турунцева, М. Хромов // Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара. – 2016. – №5. – С.95–98. URL: <https://ideas.repec.org/s/gai/russerr.html>
2. *Батчиков С.* Момент истины // *Завтра.* – №11. – Март 2016 г.
3. *Батчиков С.* К новой солидарности // *Завтра.* – №9. – Март 2016 г.
4. *Беляков Е., Ручко С.* Нано невезения // *Комсомольская правда.* – № 45. – 27 апреля 2016 г.
5. *Вардуль Н.* Кто остановит падение рубля? // *Московский комсомолец.* РРЕ – №4. – 20–27 января 2016 г.
6. *Винников В.* Продается государство! // *Завтра.* – 2015. – № 40.
7. *Деягин М.* Анекдот? Или статья // *Завтра.* – №18 – Май 2016 г.
8. *Деягин М.* Глобализация и предательство элит // *Завтра.* – №2. – Январь 2016 г.
9. *Деягин М.* Дельные мысли // *Завтра.* – №19. – Май 2016 г.
10. *Деягин М.* Дельные мысли // *Завтра.* – №10. – Март 2016 г.
11. *Деягин М.* Как нас убивают // *Завтра.* – №11. – Март 2016 г.
12. *Деягин М.* Сколковский синдром // *Завтра.* – №9. – Март 2016 г.
13. *Деягин М.* Шабаш либералов // *Завтра.* – №3. – Январь 2016 г.
14. *Журавлев Д.* 70 тезисов Владимира Жириновского // *Московский комсомолец.* РРЕ. – 11–18 мая 2016 г.
15. *Зыкова Т.* Берите, у нас много // *Российская Газета.* – № 94. – 4 мая 2016 г.
16. *Коньков Н.* Нашла коса на камень // *Завтра.* – №19. – Май 2016г.
17. *Макеев Н.* Герман Греф: мы проиграли будущее // *Московский комсомолец.* РРЕ. – №4. – 20–27 января 2016 г.
18. *Матвеева О.П.* Развитие взаимной торговли товарами стран Таможенного союза как фактор повышения конкурентоспособности национальных экономик // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права.* – 2014. – № 3(51). – С.235–244.
19. *Матвеева О.П., Прушковская Е.Е.* Повышение жизненного уровня населения на основе развития внутреннего рынка продовольственных товаров стран Таможенного союза // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права.* – 2014. – №3(51). – С.264–272.
20. *Матвеева О. П., Прижигалинская Т.Н., Глаголева Н.Н., Терновский Д.С.* Импорт товаров в контексте международного разделения труда: теория и оценка развития // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права.* – 2015. – № 4(56). – С.70–81.
21. *Мешечкина Р.П.* Реализация в России стратегии импортозамещения в условиях действия санкционной политики экономически развитых стран // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права.* – 2015. – №4(56). – С. 47–52.



22. Нагорный А., Коньков Н. Россия на грани // Завтра. – № 34. – Август 2016 г.

23. *Одинцова Е., Козлова А.* Рубль, крепись! Ты недооценен // Комсомольская правда. – №6. – 22.01.2016 г.

24. *Прокушев Е.Ф.* Перспективы и риски развития внешней торговли России // Актуальные проблемы инновационного развития экономики: Материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов. 9–10 апреля 2016 года: В 3 ч. – Белгород: Издательство БУКЭП, 2014. – Ч. 3. – С. 39–55.

25. *Проханов А.* За победу! // Завтра. – №4. – Январь 2016 г.

26. *Проханов А.* Изборский клуб // Завтра. – №9. – Март 2016 г.

27. *Проханов А.* Псалом победы // Завтра. – №19. – Май 2016 г.

28. *Симчера В.* Слишком долго запрягаем. Поедем ли? // Завтра. – №19. – Май 2016 г.

29. *Чуева И.И., Прушковская Е.Е.* Таможенная политика Украины в контексте европейского вектора интеграции общества // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. – №4(56) – С.255–260.

## ЭКОНОМИКА ТРУДА. УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

### МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В КОНТЕКСТЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТЕОРИИ

**Воденко Константин Викторович**

*профессор, доктор философских наук, Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова, г. Новочеркасск*

В статье анализируется специфика методологического подхода к исследованию социально-трудовых отношений. Делается вывод о том, что можно говорить об институциональной методологии к исследованию и развитию регулирования социально-экономических отношений. Указывается на необходимость институциональной модели регулирования сферы социально-трудовых отношений.

Ключевые слова: методология, институционализм, социально-трудовые отношения, регулирование.

The article analyzes the specifics of the methodological approach to the study of social and labor relations. The conclusion is that we can talk about the institutional methodology to the study and development of the regulation of social and economic relations. The necessity of the institutional model of the scope of regulation of social and labor relations.

Keywords: methodology, institutionalism, social and labor relations, regulation.

Различия методологических подходов к специфике понимания развития социально-экономических систем обуславливают многообразие трактовок механизмов и принципов их регулирования. В современных условиях приходится констатировать тот факт, что за период длительного господство рыночного фундаментализма с его демонстративным игнорированием интересов общества как такового привело не только к повсеместному увеличению неравенства и чреватой взрывам социальной поляризации. Как отмечает член-корреспондент РАН Р.С. Гринберг, стало «очевидным, что возведение эгоизма в ранг общественной добродетели наносит серьезный вред этическим скрепам социума. Одновременно все острее ощущается потребность в альтернативной модели более гуманного общественного устройства» [1, с. 7]. Прежде всего, она должна быть направлена на формирование подлинно социальной рыночной экономики, где свобода и справедливость не исключают, а дополняют друг друга. Это требует определенных организационных форм и институтов, на основе которых необходимо выработать концепцию, стратегию и программу рационального противостояния неолиберализму [2].

Какие же варианты обновления оснований социально-экономического развития предлагают современные мыслители? Сохранение дисфункциональности современной экономики, как считает Э. Мончинская (Варшавская

школа экономики, Польша) связано со своеобразным теоретическим монизмом. Действительно, в качестве основы для экономического выбора долгое время в западных странах господствовала Efficient Market Hypothesis – нелиберальная доктрина, опирающаяся на некритическое восприятие фундаментальной гипотезы неоклассической теории экономики о безотказном действии и эффективности рыночных механизмов [3, с. 96, 99].

При этом кризис показал обоснованность и необходимость холистического подхода к экономическому анализу. Ведь каждая экономическая школа, каждое течение в экономической теории раскрывает какие-то важные черты хозяйства. Либерализм здесь должен быть основой и играть ключевую роль, но либерализм бывает разный. Принципиально важно проводить различия между классическим либерализмом А. Смита, неолиберализмом и ордолиберализмом. Эти три разновидности либерализма различаются подходом к решению задачи формирования экономического порядка, а также роли в нем государства и систем ценностей, в том числе морально-этических. В отличие от классического либерализма и неолиберализма, которые исходят из спонтанного формирования экономического порядка, теория ордолиберализма признает необходимость государственного определения рамок социально-экономической системы. Ордолиберализм при этом опирается на принципы ответственности и этики хозяйствующих субъектов. В свою очередь, неолиберализм и классический либерализм объединяют рыночный фундаментализм, т.е. то положение, что свободный рынок, рыночный механизм настолько четко формируют экономический порядок, что роль государства может быть сведена до роли ночного сторожа. Не случайно неолиберализм иногда воспринимают как своеобразную карикатуру на классический либерализм, поскольку в неолиберализме либеральная забота о свободе индивида, равноправие и права человека были искажены путем сведения их исключительно к экономической доктрине [3, с. 100].

Это указывает на необходимость придания большего значения ордолиберальной теории и ее отличной от либерализма и неолиберализма ориентации на равноправие экономических и социальных целей, а также на институциональный порядок и формирование системы равновесия. Ведь «ордо» означает порядок. Современному хозяйству порядок требуется как воздух. Системной квинтэссенцией ордолиберализма служит модель социального рыночного хозяйства [3, с. 100].

Следуя логике обозначенных позиций, можно говорить о том, что на основе обращения к методологии М. Вебера, в соответствии с которой основными регулятивными механизмами экономической жизни являются социокультурные институты. Ориентируемая на основе этого подхода стратегия экономического развития предстает как концепция общественного богатства, доступа к нему населения и его использования для развития человеческого капитала. Современные исследователи все чаще начинают говорить об этом. Член-корреспондент РАН Г.Б. Клейнер разрабатывает теории «культурологической экономики, которая, по его мнению, «потенциально

содержит в себе, как представляется, значительные возможности как дескриптивного, так и нормативного характера. В первом случае речь идет об объяснении экономического поведения агентов через культурные факторы и культурологические оценки результатов, во втором – о стратегии и модели преобразовании существующей в России гиперкоммерциализированной экономики в сбалансированную и устойчиво развивающуюся экономику, согласованную с культурным кодом страны» [4, с. ].

Обозначенная традиция, идущая от М. Вебера (М. Вебер, В.Л. Брентанно, В. Зомбарт и др.) и разрабатываемая современными авторами, широко развивалась в работах отечественных религиозных мыслителей (Л.П. Карсавин, Н.А. Бердяев, С.Н. Булгаков, В.И. Ильин, В.С. Соловьев и др.) при исследовании таких понятий как «прогресс», «благо», «труд». Так, труд как благо, как добродетель имеет, в частности, согласно социальной доктрины христианства, три основных аспекта: призван быть существенной частью космической эволюции; призван стать основой истинно гуманного общества; призван стать основой формирования нового человека [5].

Так или иначе, во всех этих теориях речь идет о неких ограничениях социально-экономической деятельности. Что касается ограничений в применении моделей, особое внимание уделяется формальным и неформальным институтам. Понятие институтов было интегрировано в экономическую науку из социологии, поэтому основные определения и понятие экономического института тесно связано с их социологическим пониманием. При таком расширительном подходе экономические институты, как нам кажется, отождествляются с экономической сферой и – более широко – с экономической жизнью общества. Понимание институтов в различных социально-экономических концепциях систематизирует таблица 1.

**Таблица 1 – Интерпретация социально-экономических институтов**

Автор	Понимание специфики экономических институтов
Т. Веблен	привычные для участников экономических процессов способы реагирования на стимулы; структура экономического механизма или в более узком смысле производственного механизма; существующая система общественно-экономической жизни
Дж. Коммонс	стабильная форма коллективного действия по контролю, освобождению и расширению возможностей для индивидуального действия
У. Митчел	господствующие в современном обществе стандартизированные, общественные поведенческие и ментальные привычки
Д. Норт	определенные стабильные правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми

Важнейшими среди экономических институтов являются: частная собственность, система производства и распределения, рынок как система работающих в его рамках институтов и организаций, и как система определенных экономических отношений и поведения. По крайней мере, это те социальные институты, которые представляют наибольшую актуальность для современного российского общества. Важными институтами являются также распределение, обмен, торговля, деньги, банки, хозяйственные объединения и другие. Говоря о типологии экономических институтов необходимо отметить, что среди прочих экономических институтов выделяется институт социально-трудовых отношений.

По мнению Д. Норты, институты - это «формы ограничений, созданных людьми для того, чтобы придать определённую структуру человеческим взаимоотношениям» [6, с. 18], или, выражаясь более упрощённо, «правила игры» в обществе, которые образуют побудительную структуру общества. В составе институтов Д. Норт выделяет три главных составляющих:

- неформальные ограничения (традиции, обычаи, социальные условности);
- формальные правила (конституции, законы, судебные прецеденты, административные акты);
- механизмы принуждения, обеспечивающие соблюдение правил (суды, полиция и т. д.).

Другой автор Дж. Ходжсон определяет институты как системы устоявшихся и общепринятых социальных правил, которые структурируют социальные взаимодействия [7, с. 1-25]. В частности, он критиковал Д. Норту за то, что тот не включил в состав институтов неформальные правила. Таким образом, институты являются регламентирующей основой, которая определяет порядок взаимодействия субъектов экономических отношений друг с другом.

Институты делятся на формальные и неформальные. Под неформальными институтами обычно понимают общепринятые условности и этические кодексы поведения людей. Это обычаи, «законы», привычки или нормативные правила, которые являются результатом тесного совместного существования людей. Благодаря им люди легко узнают, чего хотят от них окружающие, и хорошо понимают друг друга. Эти кодексы поведения формирует культура. Под формальными институтами понимаются правила, созданные и поддерживаемые специально на то уполномоченными людьми (государственными чиновниками).

Итак, под институтами в современной теории понимаются «правила игры» в обществе или «созданные человеком» ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми, а также система мер, обеспечивающая их выполнение. Они создают структуру побудительных мотивов человеческого взаимодействия, уменьшают неопределенность, организуя повседневную жизнь. Институты являются регламентирующей ос-

новой, которая определяет порядок взаимодействия субъектов экономических отношений друг с другом.

Экономическая система общества не является обособленным явлением, а выступает в качестве определенного социального института. Экономическую систему можно представить как систему социальных институтов «работающих» в экономической сфере и имеющих экономическую природу. Экономическая система как социальный институт - это прежде всего организации и люди, выполняющие различные экономические функции, опирающиеся на определенный устойчивый комплекс правил, принципов, норм экономического их поведения. С их помощью организуется практическое взаимодействие экономических организаций и индивидов, при котором осуществляется адаптация общества к условиям его существования.

Экономическая система обладает определенными институциональными свойствами (таб. 2.). Данные свойства не исчерпывают всю сложность экономической системы, но по нашему мнению они являются доминирующими, позволяя ей восстанавливаться после всех кризисов, выполнять свои основные функции обеспечивая приемлемый уровень потребления и условия для комфортной жизни.

**Таблица 2 – Свойства экономических систем**

Свойства	Их характеристика
Адаптивности	Экономическая система может достаточно успешно приспосабливаться к различным факторам внешней и внутренней среды, которые оказывают на нее влияние и при этом сохранять способность выполнять основные экономические функции направленные на поддержания экономических аспектов жизни общества.
Воспроизводимость	экономическая система оказывается способна воспроизводить свои институты и механизмы даже после самых катастрофических социальных, политических и экономических кризисов
Активность	это так же является важным институциональным свойством экономической системы, поскольку она даже пережив определенные кризисы и периоды спада ориентирована на поиск новых возможностей и развитие.
Сложность	экономическая система как институт общества отличается большой степени сложностью как по характеру присутствующей в ней структур, так и по установившимся между ними отношениям и взаимозависимостям.

Для существующих в обществе экономических институтов характерно состояние взаимодействия. Институциональное взаимодействие отражает их объективную необходимость присутствия в экономической сфере. Институциональное взаимодействие осуществляется в процессе разработки и принятия системы законов, проведения специальных мероприятий, направленных на организацию экономических процессов в обществе, например при развитии честной конкуренции, стимулированию и поддержке развития малого и среднего бизнеса, защиты окружающей среды, которые необходимы для обеспечения стабильности общества. Взаимодействие требует тот факт, что в указанных сферах часто присутствует несовпадение интересов и ожиданий, которые требуют дополнительного вмешательства для его преодоления. Институциональное взаимодействие экономических и социальных институтов обуславливается так же и ограниченностью ресурсов, необходимых для удовлетворения потребностей людей, что требует согласования действий и интересов для определения наиболее рациональных подходов к их использованию. Институциональное взаимодействие в экономической сфере, особенно с участием государства призвано предотвращать глубокие кризисные спады и обеспечивать экономическую стабильность и подъем.

Изучение институциональных моделей показало органическую взаимосвязь факторов, влияющих на экономическое развитие вообще. Исследования институционалистов показали, что развитие включает в себя не только экономическую подсистему, но и широкий спектр неэкономических переменных, включая формальные и неформальные институты, культуру и всю систему ценностей, без которой полноценное развитие невозможно [8, с. 350]. Можно говорить об институциональной модели регулирования социально-экономических отношений. С одной стороны экономическая или социально-экономическая система (социально-трудовые отношения) сама является социальным институтом, а, с другой стороны, она испытывает воздействие, в том числе, и регуляционно-управленческое, со стороны других социальных институтов. Поэтому можно говорить о наличии институциональной модели регулирования сферы социально-трудовых отношений

#### **Литература**

1. Гринберг Р.С. Найти выход из мирового тупика // Мир перемен. 2013. № 1.
2. Воденко К.В. Современная социально-экономическая политика: культурные и философские основания // Гуманитарий Юга России. 2014. №3.
3. Мончинская Э. Необходимы стратегическое мышление и смена приоритетов социально-экономической политики // Мир перемен. 2013. №1.
4. Клейнер Г.Б. Декомерционализация экономики как культурный проект (на пути к созданию культурологической теории экономики) // Гуманитарий Юга России. 2015. № 2. С. 140-146.

5. Воденко К.В. Взаимодействие социальных институтов религии, науки и образования в современном обществе // Вестник Южно-Российского гос. технич. ун-та (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. 2012. № 6.
6. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М., 1997.
7. Hodgson G. M. What Are Institutions? // Journal of Economic Issues. 2006. Vol. 40, № 1.
8. Институциональная экономика / Под ред. А. Олейника. М.: ИНФРА-М, 2005.