



ВСЕМИРНАЯ НЕДЕЛЯ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
РОССИЯ  
Байкальский Университет

БАЙКАЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ



## **РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БАЙКАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ**

Сборник научных трудов  
по материалам международной научно-практической конференции

Иркутск

18 ноября 2018 года

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Байкальский государственный университет

**РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
В БАЙКАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ**

Сборник научных трудов  
по материалам международной научно-практической конференции

Иркутск

18 ноября 2018 года

Иркутск  
Издательство БГУ  
2019

УДК 658(571.53)  
ББК 665.29(253.5)  
Р17

Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Байкальского государственного университета

*Редакционная коллегия*

проф. А.В. Самаруха (науч. ред.), проф. А.Ф. Шуплецов, проф. Т.В. Светник,  
доц. Н.А. Брянская, доц. Ю.А. Скоробогатова (отв. секр.), ст. преподаватель  
С.Н. Мозулев, ст. преподаватель М.Ю. Мима

Р17 Развитие молодежного предпринимательства в Байкальском регионе  
[Электронный ресурс] : сб. науч. тр. по материалам междунар. науч.-практ.  
конф., Иркутск, 18 нояб. 2018 г. — Иркутск : Изд-во БГУ, 2019. — 376 с. —  
Режим доступа: <http://lib-catalog.bgu.ru>.

Сборник состоит из нескольких секций, посвященных вопросам пред-  
принимательской деятельности в разных отраслях и направлениях.

Для практических работников, преподавателей, аспирантов, маги-  
странтов и студентов экономических вузов.

УДК 658(571.53)  
ББК 665.29(253.5)

# СОДЕРЖАНИЕ

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

<i>Алексеева А.В.</i> Методологические аспекты внедрения собственной торговой марки ретейла .....	7
<i>Бритина А.А., Окомина Е.А.</i> Особенности построения эффективной бизнес-модели для субъектов технологического предпринимательства .....	14
<i>Минкина А.В., Константинова Л.Ф.</i> Лидерство — основа эффективного предпринимательства .....	21
<i>Столяренко А.В., Константинова Л.Ф.</i> Предпринимательство как фактор развития экономики Байкальского региона.....	29
<i>Сергеева Н.М., Королева И.Б.</i> Влияние экономического кризиса на предпринимательскую деятельность в строительной отрасли России.....	34
<i>Першин К.В., Королева И.Б.</i> Влияние забастовочной активности трудящихся на развитие корпоративного управления в России.....	40
<i>Мамаева А.И., Разумов А.Д.</i> Рынок ценных бумаг как инструмент дополнительного привлечения средств в предпринимательской деятельности ..	46
<i>Шагунов А.П., Масовец А.А., Скоробогатова Ю.А.</i> Специфика создания малых предприятий в пищевой промышленности и ключевые тренды их развития .....	51
<i>Самаруха А.В.</i> Актуальные направления развития технологического предпринимательства в Байкальском регионе силами молодежи .....	57
<i>Скавитин А.В.</i> Технологические новации Роструда: вызовы для предпринимателей .....	63
<i>Тетерина В.И., Скоробогатова Ю.А.</i> Роль инноваций в сфере гражданского самолетостроения .....	70
<i>Шамара Н.В.</i> Экономический эффект от благоустройства городских пространств для бизнеса .....	76
<i>Якимова Е.М.</i> Правовые способы защиты экономической безопасности субъектов предпринимательской деятельности в Российской Федерации.....	84
<i>Шустикова М.В.</i> Применение законодательных мер в толлинговых схемах в алюминиевой промышленности России .....	89

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

<i>Бондаренко И.С., Винокурова М.В.</i> Есть ли будущее у российских стартапов в юриспруденции? .....	94
<i>Буянова А.И., Винокурова М.В.</i> Развитие молодежного предпринимательства в цифровой экономике .....	100
<i>Вурганов М.Г., Горбунова О.В., Винокурова М.В.</i> Развитие предпринимательства цифровой экономики в мире и перспективы для России .....	104

<i>Лебедева Е.В., Глушкова К.С.</i> Краудфандинг как фактор активизации молодежного предпринимательства.....	110
<i>Матвеева М.А., Окомина Е.А.</i> Преимущества и недостатки предпринимательства в цифровой экономике .....	116
<i>Окомина Е.А., Зуева Т.Г.</i> Перспективы применения смарт-контрактов в бизнесе .....	122
<i>Степанова А.С.</i> Электронная коммерция и ее влияние на модель поведения китайского потребителя (на примере компании Alibaba).....	129

### **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ СПОРТА, КУЛЬТУРЫ И ОБРАЗОВАНИЯ И СФЕРЫ УСЛУГ**

<i>Федун Г.А., Янчевская Д.К., Винокурова М.В.</i> Анализ действующих программ поддержки развития социального предпринимательства в России.....	135
<i>Якушева Д.С., Винокурова М.В.</i> Государственная поддержка молодежного предпринимательства в России.....	140
<i>Мозулев С.Н.</i> Взаимодействие образовательных организаций всех уровней как условие непрерывного формирования предпринимательских навыков.....	145

### **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ**

<i>Королева М.В.</i> Развитие предпринимательства в сфере туризма как форма реализации части экономических интересов России .....	150
<i>Ильина Е.А., Ли М., Фань Я.</i> Управление прибылью сельскохозяйственной организации .....	156

### **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ЭКОЛОГИИ И ЭНЕРГЕТИКИ**

<i>Вурганов М.Г., Горбунова О.В., Константинова Л.Ф.</i> Развитие экологического предпринимательства в сфере ВМР в России и за рубежом...	161
<i>Бородин В.В., Скоробогатова Ю.А.</i> Использование отечественных и иностранных энергосберегающих технологий в региональной сетевой компании.....	168
<i>Парфентьева А.А., Константинова Л.Ф.</i> Сущность экологического предпринимательства и основные направления его развития.....	175
<i>Федун Г.А., Янчевская Д.К., Константинова Л.Ф.</i> Необходимость развития предпринимательской деятельности, направленной на сбор, сортировку и переработку отходов .....	179
<i>Винокурова М.В., Мишечкина Ю.А.</i> Качество продукции как определяющий фактор конкурентоспособности .....	185
<i>Манькова Ю.Л., Окомина Е.А.</i> Проблемы и перспективы молодежного предпринимательства в сфере экологии .....	190
<i>Михайлова А.В., Окомина Е.А.</i> Управление развитием предпринимательства в сфере экологии.....	195

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ**

<i>Винокурова М.В., Винокуров Г.М.</i> Государственная поддержка развития предпринимательства в АПК .....	200
<i>Береженко Э.Е., Окомина Е.А.</i> Развитие предпринимательства в аграрном производстве .....	205
<i>Винокуров С.И.</i> Процессинг как инструмент взаимодействия хозяйственных структур в АПК.....	211
<i>Иванов К.Д., Колтовская С.Г., Коршунова Я.М.</i> Экономическая эффективность использования синбиотиков в птицеводстве на основе автохтонной микрофлоры кишечника перепелов .....	216
<i>Овченкова М.В., Константинова Л.Ф.</i> Необходимость оптимизации системы управления товарными запасами для повышения эффективности предпринимательской деятельности .....	223
<i>Коршунова Я.М., Колтовская С.Г., Иванов К.Д.</i> Актуальность применения мясосодержащего суфле для диетического питания людей в связи с ростом гастроэнтерологических заболеваний.....	230
<i>Дашкевич П.М., Кулижская Ж.С.</i> Агробизнес: гидропоника в малом предпринимательстве .....	235
<i>Тяпкина М.Ф.</i> Реализация альтернативных вариантов инновационного проекта сельскохозяйственной организации .....	243

## **ДРУГИЕ ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

<i>Брянская Н.А.</i> Анализ ассортимента продукции как важнейшая составляющая в производственном предпринимательстве .....	251
<i>Качина Д.В., Брянская Н.А.</i> Формы государственной поддержки молодежного предпринимательства.....	258
<i>Михалева О.М.</i> Управление человеческим капиталом в интересах развития предпринимательства в регионе .....	267
<i>Буньковский Д.В.</i> Микрометоды выявления и оценки теневой предпринимательской активности .....	273
<i>Капустина Н.Н.</i> Сущность общественных благ и проблема безбилетников на примере рынка фейерверков .....	278
<i>Горбунова О.В., Юшков О.А.</i> Инновационное предпринимательство: сущность и условия развития в России.....	282
<i>Олатало О.А., Побойкина А.О.</i> Анализ актуальных форм поддержки предпринимательства в Ростовской области.....	288
<i>Олатало О.А., Васильченко В.С.</i> Проблемы малого и среднего предпринимательства в строительной сфере .....	293
<i>Янчевская Д.К., Юшков О.А.</i> Инновации в сфере социального предпринимательства.....	298

<i>Щепина Д.С., Юшков О.А.</i> Модели открытых инноваций и их применение на рынке информационных технологий .....	303
<i>Мустафаев Р.Т., Бутин М.А.</i> Что необходимо знать молодому предпринимателю для организации собственного дела.....	307
<i>Буриев Ф.М.</i> Развитие предпринимательских компетенций у студентов в Таджикистане.....	313
<i>Донцова Е.И., Скоробогатова Ю.А.</i> Этнографическое предпринимательство .....	317
<i>Исаченко Ю.В., Скоробогатова Ю.А.</i> Малое предпринимательство за рубежом: специфика и уникальность. Особенности экономических связей с Россией.....	326
<i>Капустина Н.Н.</i> Соотношение понятий «эффективность» и «результативность» в экономическом секторе .....	335
<i>Куник А.П.</i> Женщина в управлении.....	340
<i>Масовец А.А.</i> Нейромаркетинг и нейроэкономика: взаимосвязь понятий и их влияние на потребителя.....	346
<i>Парфентьева А.А., Овченкова М.В., Скоробогатова Ю.А.</i> Автономная некоммерческая организация: специфика, плюсы и минусы таких организаций, особенности налогообложения .....	351
<i>Куник А.П.</i> Варианты стратегий развития компаний, занимающихся продажей флористической продукции на рынке Иркутской области .....	359
<i>Тарасенко О.Д., Колесник Ю.И.</i> Стратегический сорсинг как способ совершенствования материально-технического снабжения компании.....	364
<i>Тарасенко О.Д.</i> Вычислительные системы в практике планирования материально-технического снабжения компании.....	367
<i>Шагунов А.П.</i> Роль и значение инноваций в предпринимательской деятельности .....	371

# ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

УДК 338

А.В. Алексеева

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ СОБСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ МАРКИ РЕТЕЙЛА

В данной статье рассмотрено влияние доверия и лояльности потребителей на реализацию СТМ ретейла. Сформированы примеры мероприятий по формированию предпочтений у потребителей собственных торговых марок, необходимые для развития лояльности у потребителей.

*Ключевые слова:* ретейл; собственная торговая марка; розничная сеть; управление продажами; продвижение торговой марки.

A.V. Alekseeva

## METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE IMPLEMENTATION OF OWN TRADEMARK MARKET RETAIL

This article discusses the impact of customer confidence and loyalty on the implementation of STM retail. Examples of measures to form preferences among consumers of their own brands that are necessary for the development of loyalty among consumers have been formed.

*Keywords:* retail; own brand; retail network; management of sales; promotion of private label.

На сегодняшний день мировой, да и российский рынок розничной торговли демонстрирует максимальный уровень конкуренции: города и страны соревнуются по количеству и площадям розничных торговых точек на душу населения, торговые сети стараются максимально охватить площадь своего присутствия, не замечая границы не только регионов страны, но и границ целых государств. На рынках большинства стран наблюдается тенденция увеличения продаж под собственными торговыми марками сетей (СТМ). Основная посылка стратегии создания собственной торговой марки — задействовать нематериальные ресурсы бренда розничной сети при реализации продукции, выпуск которой осуществляется сторонними производителями, а продажи осуществляются под торговой маркой розничного предприятия. Это дает возможность увеличения оборота за счет более гибкой товарно-ценовой политики. Подобная стратегия успешно применяется как мировыми розничными сетями, как Wal-Mart, Carrefour, Metro, Tesco, Target, и др., отечественными крупными ретейлерами: ОАО «Магнит», ОАО «Дикси Групп» СГ «Лента» «АШАН» «Окей», а также и региональными сетями Иркутской области, Республики Бурятия: ГК «Слата», «Абсолют».

Начнем с истории. Масштабное развитие розничных сетей в 70-х гг. XX в. на Западе положило начало распространению продукции под собственными торговыми марками (далее — СТМ). В литературе существует большое количество терминов, используемых для обозначения СТМ, «торговая марка», «частные

марки», «марка розничных магазинов», «марка ретейла», «марка розничного магазина» и др.

Обычно, под торговой маркой понимают бренд, владельцем которого является определенная торговая сеть (структура), занимающаяся его реализацией. Созданием СТМ могут заниматься как отдельные розничные сети, так и кооперативы, и закупочные союзы сетей, региональные объединения оптовых и дистрибьютерских компаний, а также крупные импортеры товаров. Так, в середине XX в. СТМ представляли собой немаркированные товары, призванные заменить продукцию производителей так называемых «низко рискованных» категориях, где бренд обычно не имеет значения, такие как, хлеб, сахар, туалетная бумага и прочее. Целью становления данных товаров, обычно было привлечение клиентов за счет низких цен, при этом качество данных товаров оставляло желать лучшего.

Следующая ветвь развития СТМ — это становление прибыльности товаров сети не только в «низко рискованных» категориях, при этом качество товаров собственных торговых марок ретейла было уже сопоставимо с качеством брендовой продукции от крупных производителей, но цена СТМ была куда выгодней и была более привлекательна.

В настоящее время под собственной торговой маркой понимается не только продукт, а сам бренд в целом, который имеет отличительные особенности, привлекающие внимание (цветовая гамма, необычная упаковка и др.). СТМ как никогда имеют большие объемы инвестиции для разработки и продвижения на рынках сбыта. И стоит обратить внимание на то, что качество данных товаров ничем не уступает брендам, а в некоторых случаях и превосходит.

Вследствие революции на рынке брендов, за последние годы, собственные торговые марки ретейла получают все большую лояльность от покупателей. Например, на европейском рынке складывается следующая ситуация:

- уровень узнаваемости собственных торговых марок ретейла с каждым годом увеличивается;
- потребители убеждены, что качество товаров собственных торговых марок розничных сетей ничем не уступает качеству брендов;
- доля собственных торговых марок ретейла с каждым годом растет;
- основное развитие собственных торговых марок ретейла осуществляется в двух направлениях: во-первых, расширение ассортимента продукции под собственной торговой маркой, во-вторых, создание инноваций [5].

Таким образом, собственные торговые марки ретейла на сегодняшний день играют важнейшую роль в каждой розничной сети и требуют особого внимания, так как необходимо следить за качеством, регулярностью поставок собственного производства и т.д. Поскольку для выхода на рынок собственной торговой марки необходимы определенные специализированные знания менеджеров, то можно последовать большинству сетей и сформировать особую команду, которая возьмет на себя функции производителей брендов. Помимо этого, если товары национальных брендов до магазина довозят производители, то для собственных торговых марок ретейл обычно создает и новую собственную логистическую систему.

Поэтому новые расходы могут значительно отразиться на прибыльность ассортимента собственной торговой марки, а также на результативность всего предприятия в целом, вследствие этого главной задачей менеджмента нынешних розничных сетей — регулярная и полная оценка эффективности портфеля СТМ, своевременный отказ или ввод новых ассортиментных позиций, но и проработка мероприятий по их улучшению и их продвижению на рынке.

Маркетологи в области СТМ делят мировой рынок на два больших сегмента — развитые страны (Европа, Северная Америка и Океания) и развивающиеся (Латинская Америка, Азия, Африка и Ближний Восток). Распределение долей представлено на рис. 1, а динамика продаж продовольственных СТМ — на рис. 2 [2].

### СТМ ПРОДОЛЖАЮТ НАРАЩИВАТЬ СВОИ ДОЛИ БОЛЕЕ ЧЕМ В 60 СТРАНАХ МИРА

Доля частных марок в денежном выражении

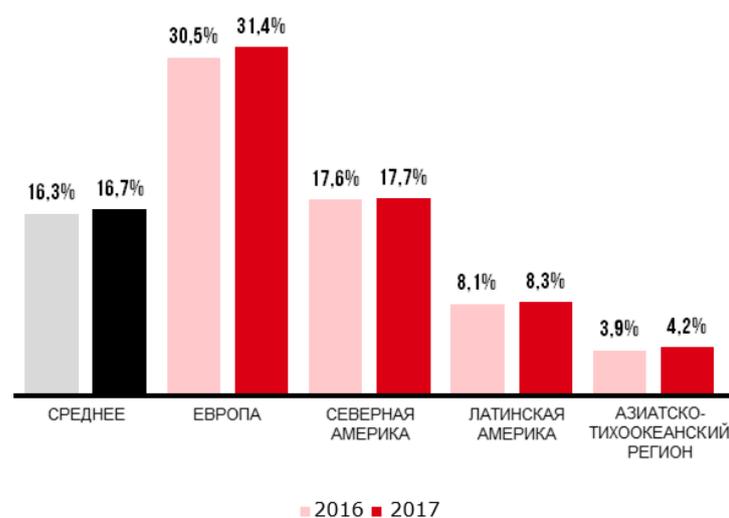


Рис. 1. Доли СТМ на рынках

Как видно выше, крупнейшим рынком частных торговых марок является Европа, но в Северной Америке наибольший потенциал для развития частных марок — из-за их слабого проникновения в ритейле. В Латинской Америке нестабильная экономическая ситуация также может помочь частным маркам стать хорошей альтернативой дорогим брендам. А в Азиатско-Тихоокеанском регионе покупатели в целом максимально привязаны к фирменным брендам, поэтому доля СТМ там наименьшая [4].

В Европе и в частности в России замечен рост СТМ и поэтому данная ситуация сказывается на топ-брендах, которые теряют свои доли в денежном выражении — это происходит в России, Нидерландах, Франции, Италии, Португалии, Великобритании и Бельгии. В данных странах преобладает нишевое и уникальное предложение товаров от небольших брендов и СТМ, например, в таких

категориях, как чай, органические продукты и уход за собой. Однако в также следует заметить, что частные марки развиваются в постепенно, так как это связано с высокой промоактивностью крупных брендов.

## ДИНАМИКА ПРОДАЖ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ СТМ

В денежном выражении в 2017 году относительно 2016 года



Рис. 2. Динамика продаж товаров под СТМ

Преимущественно продажи СТМ фиксируется в категориях, где потребители не замечают разницы между товарами под брендами и СТМ. Это молоко, хлеб и яйца. На отдельных рынках складывается уникальная картина, связанная с местными культурными особенностями. Например, в Индии чаще всего под товарами СТМ выпускается рис, мука из этих ингредиентов местные домохозяйки пекут хлеб.

В Европе каждый один доллар из трех, потраченных потребителем в магазине, идет на покупку товаров под СТМ. Поэтому самая большая доля собственных марок на рынке остается в Швейцарии — 45 %, Испании — 41 %, Великобритании — 41 % [2].

В Америке, по данным местной Ассоциации производителей товаров под СТМ, 93 % американских женщин покупают товары под брендами магазинов для того, чтобы экономить деньги. В Штатах продажи товаров под СТМ в год прибавляют по 2,5 % против 1,1 % по брендированной категории [2].

Проанализировав труды отечественных и зарубежных авторов, освещающих экономические преимущества ввода в розничных сетях продукции СТМ,

можно сделать вывод, что работа М. Химана, Д. Корфа и Д. Ли позволяет в полной мере оценить влияние ввода собственной торговой и согласно данной статье выделены следующие преимущества:

- повышение прибыльности категорий ввиду расширения первичного спроса благодаря привлекательным товарам под СТМ и их выгодным ценовым предложениям;
- более высокая валовая прибыль на единицу продукции, по сравнению с национальными брендами ввиду небольших затрат на маркетинг или их полного отсутствия, а также более низкими закупочными ценами;
- уход от прямой ценовой конкуренции с другими розничными сетями, и возможна создание позитивного имиджа, который будет способствовать дифференциации сети, благодаря уникальным СТМ высокого качества;
- повышение лояльности клиентов, так как показывает практика, что покупатели продукции сети собственных торговых марок более лояльны к ней;
- привлечение дополнительных клиентов, чувствительных к цене и ориентированных на скидки [6].

Главной задачей ретейла состоит не только в том, чтобы вывести на рынок товары собственной торговой марки, но и в том, чтобы сформировать у потенциальных покупателей неизменные предпочтения в виде таких психологических установок, как доверие и лояльность. Что, в свою очередь, позволит получить экономический эффект от внедрения собственной торговой марки в долгосрочной перспективе за счет стабильного спроса на продукты ретейла со стороны лояльных потребителей.

Для решения задачи формирования у покупателей предпочтения в выборе товаров бренда розничной сети требуется комплексный подход. Во-первых, необходимо начать с доведения до покупателей особенностей продаваемого товара под собственной торговой маркой, во-вторых, разработать систему долгосрочных мероприятий для формирования доверия и лояльности.

Мероприятия по формированию предпочтений к товарам СТМ розничной сети покупателей:

1. Формирование знаний о товаре. Должны формироваться таким образом, чтобы у покупателей он вызывал определенные положительные эмоции и ассоциации. К сожалению, у многих отечественных потребителей не сложилось устойчивый взгляд о преимуществах товаров под СТМ розничных сетей, и он действует, скорее исходя из некоторых доверительных ожиданий — веры, что приобретает товар по выгодной цене, ориентируясь в том числе на информацию о стране и месте его производства и расфасовки.

2. Формирование доверия к товарам под собственной торговой маркой ретейла. На формирование доверия к розничному предприятию влияет уровень воспринимаемого качества товаров, покупаемых потребителями. Отметим, что под воспринимаемым качеством товаров в розничной торговле понимается их внешний вид, сроки годности, состояние упаковки, а также оценка функциональности, вкуса в процессе их употребления после покупки. В продуктовом ретейле при восприятии качества товарного ассортимента потребители придают большое

значение кулинарной продукции, производимой розничным предприятием, поскольку ее качество легко определить визуально [3].

3. Формирование лояльности к собственным торговым маркам розничной сети. На формирование лояльности оказывает влияние наличие у потребителей ценности от товара под СТМ (соотношение преимуществ и затрат у потребителей на приобретение и последующее обслуживание). Для продуктов питания потребительская ценность — это прежде всего сочетание качества и цены. Поэтому получило обширное распространение выражение «справедливая цена», что под собой подразумевает качество товара стоит затраченных на него денег.

Поэтому для формирования у клиентов лояльности к продуктам под собственными торговыми марками необходимо, чтобы они имели такую потребительскую ценность, которая будет превышать предложенную конкурентами.

Лояльность потребителей зависит также от персонализации взаимодействия продавца с покупателем. Ведь потенциальные покупатели, приходящие в розничную точку, нуждаются в помощи продавцов-консультантов. Вследствие этого чем больше внимания продавцы оказывают покупателям, тем в большей степени последние проникаются доверием и желанием повторно посетить магазин.

Также можно отметить, что важнейшими критериями оценки эффективности внедрения СТМ служат финансовые показатели, среди которых наиболее важными в розничной торговле являются рентабельность продаж, выручка от реализации, доля прибыли и выручки в структуре ассортимента. При этом нужно учитывать, что если при внедрении товаров под СТМ существуют значительные инвестиции, которые могут окупиться не в течении месяцев, а только в течение нескольких лет, то при расчете экономических показателей нужно применять дисконтирование доходов и расходов.

В заключение можно сказать, что предприятия ретейла, находясь в неизменных условиях конкуренции, ищут все новые и новые пути привлечения покупателей. Поэтому одно из эффективнейших решений — внедрение собственных торговых марок, которые позволят формировать у потребителей неизменное предпочтение товара, бренд, который знают и которому доверяют. Ведь каждый потребитель перед покупкой не обладает возможностью объективно оценить качество большинства товаров, он больше доверяет восприятию брендов предприятий розницы и производителя продукции, т.е. наличия или отсутствия доверия потребителя к тому или иному бренду. Вследствие этого предприятия ретейла должны разработать мероприятия по формированию предпочтений СТМ по отношению к конкурирующим брендам в данной товарной категории. Для успешного внедрения товаров под СТМ необходимо обеспечить потребителей определенным объемом знаний о них, являющихся отправной точкой удержания потребителей.

### **Список использованной литературы**

1. Акбулатова Д.Р. Влияние собственных торговых марок на результативность розничной сети / Д.Р. Акбулатова // Управление розничными продажами. — 2015. — № 1. — С. 36–45.

2. Как развиваются собственные торговые марки в России и мире? [Электронный ресурс] // Новости и аналитика молочного рынка. — 2018. — Режим доступа: <https://milknews.ru/longridy/sobstvenniye-torgoviye-marki.html>.

3. Наумов В.Н. Методологические аспекты внедрения собственных торговых марок ретейла / В.Н. Наумов // Управление розничными продажами. — 2015. — № 1. — С. 46–57.

4. О рынке СТМ [Электронный ресурс] // Reed Exhibitions. — 2018. — Режим доступа: <https://www.ipls-russia.ru/home/market>.

5. Hyman M.R. Review of literature — future research suggestions: private label brands: benefits, success factors and future research / M.R. Hyman, D.A. Korf, D. Lee // Brand Management. — 2010. — Vol. 17. — P. 368–389.

6. International Private Label Yearbook. — PLMA, New York, 2007.

### **Информация об авторе**

*Алексеева Анастасия Валерьевна* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [alexeeva95.95@mail.ru](mailto:alexeeva95.95@mail.ru).

### **Author**

*Alekseeva Anastasia Valeryevna* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [alexeeva95.95@mail.ru](mailto:alexeeva95.95@mail.ru).

## **ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

В статье рассмотрено функционирование экономических субъектов, осуществляющих деятельность в сфере технологического предпринимательства. Выявлены особенности, которые должны быть учтены при разработке их бизнес-моделей. Авторы представляют наиболее применимую для технологического предпринимательства бизнес-модель и рассматривают ее поэтапное заполнение с учетом различных потребительских сегментов, на которые ориентирован инновационный продукт компании. Данная методика разработки бизнес-модели экономического субъекта обеспечивает создание действительно актуального продукта, решающего проблемы потребителя и удовлетворяющего его требованиям, предложены способы эффективного взаимодействия с потенциальными потребителями.

*Ключевые слова:* технологическое предпринимательство; стартап; технологии; бизнес-модель; инновационный продукт; эффективность.

**A.A. Britina, E.A. Okomina**

## **THE FEATURES OF BUILDING AN EFFECTIVE BUSINESS MODEL FOR THE SUBJECTS OF TECHNOLOGICAL ENTREPRENEURSHIP**

The article considers the functioning of economic entities operating in the field of technological entrepreneurship. The features that should be taken into account in the development of their business models are identified. The authors present the most applicable business model for technological entrepreneurship and consider its step-by-step filling taking into account various consumer segments, that the company's innovative product is focused on. This method of developing a business model of an economic entity ensures the creation of a truly relevant product that solves the problems of the consumers and satisfies their requirements. Ways are offered to effectively interact with potential consumers.

*Keywords:* technology entrepreneurship; startup; technology; business model; innovation product; efficiency.

Термин «технологическое предпринимательство» применяется с 1990-х гг. для субъектов, использующих новейшие научные знания и технологии для создания продукта. В условиях перехода к цифровой экономике все больше экономических субъектов в России начинают функционировать в сфере технологического предпринимательства. Это обусловлено широким спросом на технологические продукты, которые способны повысить эффективность различных процессов в организациях или значительно упростить жизнь населения.

Подобные компании функционируют по принципу стартапа, что связано со спецификой используемых, преимущественно интеллектуальных, ресурсов [4].

Стартап — это временная организация, которая чаще всего работает в условиях неопределенности ввиду новизны продукта и находится в поиске масштабируемой и повторяемой бизнес-модели. Достаточно часто применяется Lean-методология стартапа, которая нацелена на быстрый рост с постоянным совершенствованием продукта и экономией материальных ресурсов. Успешность деятельности таких хозяйствующих субъектов в большинстве случаев зависит от бизнес-модели и внешних условий.

Внешние условия связаны с уровнем развития экономических отношений в стране и практически не зависят от самого субъекта. К ним можно отнести возможность трансфера научных достижений в бизнес, наличие механизмов венчурного финансирования, а также развитый рынок технологий. Отсутствие данных аспектов сигнализирует о невозможности коммерциализировать проект. В этом случае его следует ориентировать на зарубежный рынок. Таким образом, если все условия будут соблюдены, эффективность компании в большей мере будет зависеть от бизнес-модели [2].

Каждому субъекту технологического предпринимательства необходимо на начальном этапе своей деятельности разработать эффективную модель, которая представляет собой описание того, как организация создает, доставляет и фиксирует ценность для потребителя. Стоит отметить, что для новых компаний должна быть создана именно бизнес-модель, а не бизнес-план, что связано с высоким ориентированием бизнес-модели на потребителя.

Существуют различные формы бизнес-моделей, каждая из которых имеет свои особенности применения. Наиболее актуальной для технологического предпринимательства представляется модель Lean Canvas, так как она является наиболее гибкой и ориентированной на условия неопределенности. Структура модели отражена на рис. 1.

Блоки модели следует заполнять в порядке, указанном на схеме. В первую очередь указывается проблема, выявленная на основе проведенного исследования. Важно отметить, что проблема должна быть действительно актуальной, а ее решение, существующее на данный момент, недостаточно эффективным [5, с. 12].

Исследование можно считать успешным, если существует значительная выборка, позволяющая подтвердить наличие проблемы, а, следовательно, востребованность инновационного продукта. Опрос потенциальных потребителей можно проводить посредством холодных звонков, интернет-анкет, но наиболее действенным методом представляется интервью при личной встрече. Рекомендуется задавать открытые вопросы, которые дают возможность получить максимальный объем информации. К обязательным относятся вопросы о том, с какими трудностями потребитель сталкивается сейчас, и что он делает, чтобы справиться с ними. Недостатком данного метода можно считать сложность обработки и систематизации полученной информации. В то же время во время личной беседы с потенциальным потребителем можно узнать о новых нужных функциях продукта, а также наладить контакт для дальнейших продаж.

<b>ПРОБЛЕМА</b> 3 главные проблемы  <b>1</b>	<b>РЕШЕНИЕ</b> 3 главных удобства  <b>4</b>	<b>УНИКАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ</b> Ясный и однозначный ответ на вопрос: "Чем вы выделяетесь среди конкурентов и почему ваш продукт стоит купить?"  <b>3</b>	<b>СКРЫТОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО</b> Например, продукт нельзя легко скопировать.  <b>5</b>	<b>СЕКМЕНТЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ</b> Основные покупатели  <b>2</b>
<b>МЕТРИКИ</b> Ключевые параметры для измерения  <b>8</b>		<b>КАНАЛЫ</b> Пути к покупателям  <b>9</b>		
<b>РАСХОДЫ</b> Затраты на привлечение клиентов  Затраты на дистрибьюцию  Хостинг  Персонал и т.д.  <b>7</b>		<b>ДОХОДЫ</b> Модель получения доходов  Пожизненная ценность (LTV)  Доход  Валовая прибыль  <b>6</b>		

Рис. 1. Lean Canvas

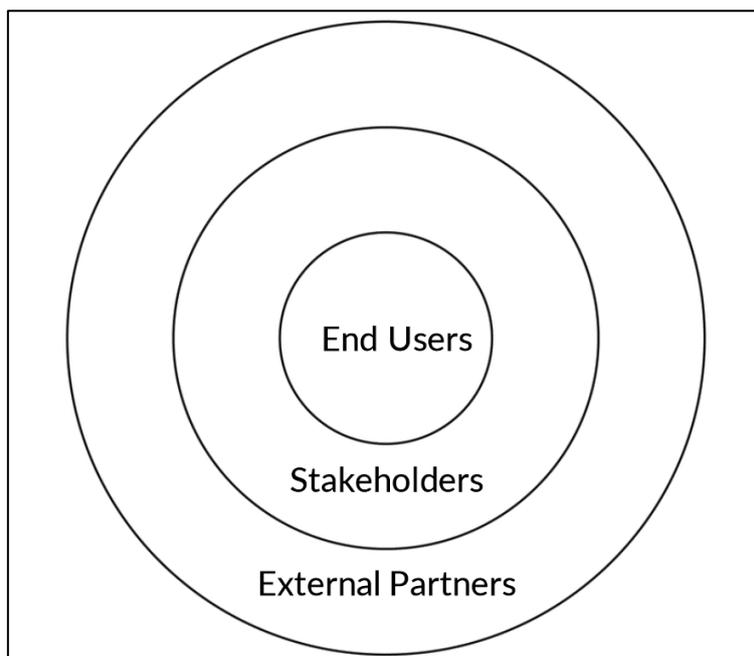
После того как установлена четкая формулировка проблемы, в бизнес-модель вносится информация обо всех пользователях продукта. В зависимости от того, чью проблему решает инновационный продукт, бизнес-модель может быть различной:

- B2B — модель, при которой покупателями является бизнес;
- B2C — модель, преимущественно ориентирующая продукт на население;
- B2G — модель, при которой покупателем продукта выступают институты государства.

Несмотря на данные различия существуют общие принципы для построения наиболее эффективной модели, которые будут рассмотрены далее.

Стоит отметить, что не всегда покупатель является пользователем. У каждого продукта есть конечные пользователи (End users), заинтересованные лица (Stakeholders) и внешние эксперты (External partners) (рис. 2).

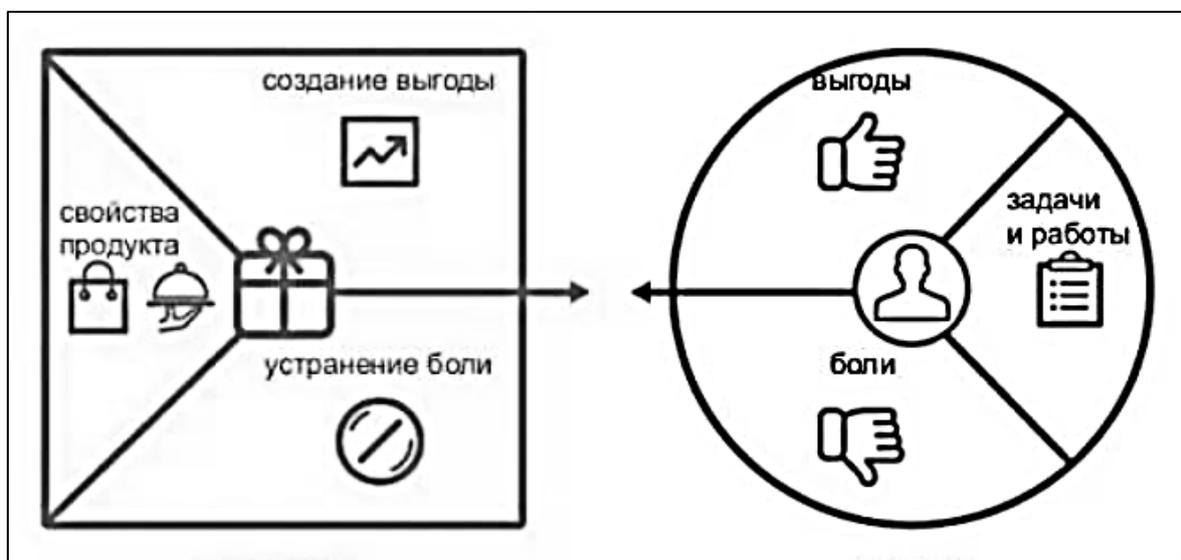
Для удобства дальнейшей работы всех потребителей рекомендуется разделить на сегменты, а затем подробно описать каждую группу по следующим пунктам: пол, возраст, место нахождения, область деятельности, интересы/хобби, цели, доход. Если потребителем является юридическое лицо, то следует использовать признаки: организационно-правовая форма, размер, число работников, локация, вид деятельности, доход. Данные параметры могут меняться в зависимости от специфики инновационного продукта [1].



*Рис. 2. Структура заинтересованных в продукте сторон*

Следующим этапом в разработке эффективной бизнес-модели является формулирование уникального торгового предложения. Однако невозможно определить уникальное торговое предложение без представления решения, поэтому данные блоки модели заполняются параллельно.

На рис. 3 представлена схема, заполнение которой помогает выявить наибольшую ценность продукта с позиции каждой группы потребителей.



*Рис. 3. Этапы формирования уникального торгового предложения*

На основе данных о потребителе определяются свойства продукта, которые могут устранить «боли» и увеличить «выгоды».

Можно также составить путь конечного пользователя продукта, т.е. последовательность шагов, которые проходит пользователь после того, как сталкивается с проблемой. Данная информация позволит выявить сильные и слабые стороны пользовательского опыта в сфере решаемой проблемы [4].

Таким образом, все эти шаги должны способствовать формированию необходимого функционала инновационного продукта. После того как определено наиболее актуальное для потребителей решение проблемы, следует перейти к формулированию уникального торгового предложения.

Уникальное торговое предложение — убедительное сообщение, дающее краткую информацию о том, как продукт решает проблему, и чем он отличается от предложений конкурентов. Впоследствии оно может эффективно использоваться в качестве слогана компании, так дает наиболее полное представление о целях деятельности.

Далее необходимо определиться с тем, как потребители будут узнавать о продукте компании. Для этого следует выбрать те каналы взаимодействия с пользователями, которые соответствуют продукту [1].

Одним из важнейших шагов в создании бизнес-модели является разработка модели монетизации, так как получение стабильного дохода является одним из ключевых показателей эффективности деятельности компании. Поток доходов должны планироваться на основе информации о доходах потенциальных потребителей, что позволит избежать сокращения объема спроса на продукт.

Существует несколько основных моделей монетизации:

- фиксированная цена — модель монетизации, при которой продажа продукта осуществляется один раз;
- фиксированная цена за подписку — при данной модели монетизации потребитель оплачивает доступ к функционалу продукта на определенный период;
- freemium — модель, при которой предоставляется бесплатный доступ только к части продукта, а остальной функционал потребителю необходимо оплатить. платный продукт должен обладать дополнительной ценностью;
- рекламная модель — при использовании этой модели продукт бесплатен для потребителя, а доход обеспечивается за счет размещения рекламных объявлений;
- транзакционная модель — доход начисляется с каждой операции, посредником которой является компания;
- donation — модель, при которой доходом являются пожертвования потребителей;
- краудсорсинг — модель, предполагающая объединение ресурсов потребителей с целью реализации каких-либо функций продукта [3].

После определения источников доходов необходимо исследовать структуру издержек.

В большинстве случаев у субъектов технологического предпринимательства затраты можно распределить по следующим статьям: административные затраты, заработная плата, себестоимость производства, маркетинг, сервис, прочие.

Стоит отметить, что наиболее рациональным представляется установление цены на продукт на основе потребительских ожиданий, при этом учитывая себестоимость.

Следующим этапом в разработке эффективной бизнес-модели является определение ключевых показателей эффективности, которые могут быть как качественными, так и количественными. Данные метрики специфичны для каждого отдельного продукта и сферы его применения, но есть и общие тенденции. Например, необходимо включать показатель, отражающий частоту использования продукта [2].

Заключительным является заполнение блока, содержащего информацию о скрытом или нечестном преимуществе. Данный блок модели является одним из ключевых, так как обеспечивает уникальность продукта. Нечестное преимущество — это то, что не может быть скопировано конкурентами. Важно отметить, что для обеспечения долгосрочной перспективы существования компании, следует уделять достаточное внимание защите уже существующих инновационных технологий.

Таким образом, можно сделать вывод, что разработка эффективно работающей бизнес-модели является важным фактором, влияющим на успех компании в сфере технологического предпринимательства. Существуют различные виды бизнес-моделей в зависимости от сегмента потребителей, однако есть общие принципы разработки, позволяющие сделать бизнес-модель наиболее эффективной. Важно отметить, что экономическому субъекту необходимо на каждом этапе деятельности проводить опрос потенциальных потребителей, чтобы снизить риск создания неактуального продукта.

### **Список использованной литературы**

1. Булгакова М.В. Исследование бизнес-проекта методами моделирования [Электронный ресурс] / М.В. Булгакова // Управление в современных системах. — 2015. — № 1 (5). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-biznes-proekta-metodami-modelirovaniya>.

2. Верников В.А. Бизнес-планирование стартапов в контексте привлечения венчурных инвестиций [Электронный ресурс] / В.А. Верников // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2014. — № 4 (20). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-planirovanie-startapov-v-kontekste-privlecheniya-venchurnyh-investitsiy>.

3. Лебедева Б.В. Проблемы монетизации контента [Электронный ресурс] / Б.В. Лебедева // Вестник ЧелГУ. — 2015. — № 5 (360). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-monetizatsii-kontenta>.

4. Петренко В.А. Методологии управления стартап-проектами [Электронный ресурс] / В.А. Петренко, Н.Г. Демьяненко, А.А. Крюкова // Проблемы экономики и менеджмента. — 2017. — № 1 (65). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologii-upravleniya-startap-proektami>.

5. Blank S. Why the lean startup changes everything / Steve Blank // HBR's 10 Must Reads on Entrepreneurship and Startups. — 2018. — 160 p.

## **Информация об авторах**

*Бритина Александра Андреевна* — студент, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: a.britina@yandex.ru.

*Окомина Екатерина Анатольевна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: Ekaterina.Okomina@novsu.ru.

## **Authors**

*Britina Aleksandra Andreevna* — student, Chair of accounting, analysis and audit, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod; e-mail: a.britina@yandex.ru.

*Okomina Ekaterina Anatolyevna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of accounting, analysis and audit, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod; e-mail: Ekaterina.Okomina@novsu.ru.

## ЛИДЕРСТВО — ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В представленном материале приведены определения лидерства различных авторов. Также сформулировано определение лидерства, которое учитывает предыдущие знания и, помимо прочего, принимает во внимание особенности современного мира, тенденций предпринимательства и экономики организации.

*Ключевые слова:* лидерство; лидерский потенциал; руководство; лидер; предпринимательство.

A.V. Minkina, L.F. Konstantinova

## LEADERSHIP IS THE BASIS OF EFFECTIVE BUSINESS

In the presented material leadership definitions of various authors are given. Definition of leadership which considers the previous knowledge is also formulated and, in addition, it considers all factors about features of the modern world, business tendency and economy of the organization.

*Keywords:* leadership; leader potential; management; leader; business.

Понятие «лидерство» всенепременно является спутником предпринимательства на всех его этапах развития. Зачастую именно от этапа зависит, какие конкретно функции должен выполнять лидер. Так, при создании идеи и основании компании главенствующей будет роль вдохновителя, творческого наставника, способного рискнуть и убедить в целесообразности данного риска других, создать команду последователей, которые будут видеть «путь» так же отчетливо, как и сам основатель. Безусловно, руководитель (основатель) не всегда является лидером, что напрямую отражается на результативности процесса. Именно поэтому лидерство как неотъемлемый компонент эффективного предпринимательства давно стало актуальной темой для изучения с точки зрения экономики.

Однако вопросы, касающиеся лидерства, его особенностей и значений, впервые начали изучать философы еще задолго до появления такой науки, как экономическая теория. Сам феномен лидерства возник наверняка тогда же, когда и само общество, поскольку в каждой группе людей (будь то племя, семья, народ или целое государство) существовала необходимость в принятии решений, распределении ресурсов, планировании деятельности и так далее. Внутренняя организация человека устроена таким образом, что ему необходимо найти того, кто подскажет, расскажет, как делать, укажет путь, а возможно, и возьмет на себя ответственность за результат. И такие функции на себя брали вожаки племени, главы семейств, главы государств, а также на определенном этапе развития человечества боги, пророки и шаманы.

Зачастую человек связывал лидерство с преодолением нестабильности в условиях меняющейся среды, при этом лидер занимал позицию ведущего. Соответственно все остальные (в большинстве случаев добровольно) являлись его последователями. Подобное сплочение не раз позволяло решать трудные задачи в

сжатые сроки. В истории известна масса подобных примеров. Это и восстание рабов под руководством Спартака, и завоевания Гая Юлия Цезаря и Александра Македонского, военные победы Наполеона, Г.К. Жукова, М.И. Кутузова, А.В. Суворова. Наиболее яркими представителями религиозных лидеров можно считать пророка Мухаммеда, Иисуса Христа и Будду.

Но все же первыми на проблему лидерства с точки зрения управления взглянули античные философы, в понимании которых она всегда имела политический характер и отождествлялась с управлением государством. В своих работах Гераклит, Сенофан Колофонский, Демокрит, Антифон, Сократ, Платон и Аристотель связывают лидерство в первую очередь с мудростью и мужеством. Однако в основе идей Платона лежала мысль о том, что править должны самые воспитанные, благородные и сильные, т.е. те, кто готов пожертвовать собственными сиюминутными интересами. Он утверждал, что для лидера, стремящегося к справедливости, правление будет нелегкой ношей, но при этом Платон подчеркивал, что «самое страшное наказание для того, кто не желает править, — подчинение тому, кто хуже тебя» [13, с. 224]. Как и Платон, Аристотель искал лучшие черты для правителя-лидера, такие как ум, предвидение, справедливость, рассудительность и мужество. Он был уверен, что лидерство представляет собой не только постановку правильной цели, но и разумного выбора ресурсов для ее достижения [1, с. 167].

В Средние века воззрения на лидерство кардинально меняются с рациональных на религиозные. Авторами этих изменений являлись Августин, Фома Аквинский, Ансельм Кентерберийский и Николай Кузанский. По их мнению, лидером можно было считать только человека «небесного», обладающего такими чертами как мудрость, твердость и последовательность. Кроме прочего, обязательно следование заповедям бога и использование только монархии в качестве формы государственного управления [16, с. 512].

Новых подходов к лидерству потребовала эпоха Возрождения и Нового времени. Э. Роттердамский, Т. Компанелло в своих работах рассматривали лидера как идеального правителя, более мудрого и образованного нежели остальные члены общества. И самое главное, что такого рода мудрость не появляется из ниоткуда, она воспитывается, ей обучаются, ее осваивают долгие годы. Для многих современников особое значение имеют мысли Н. Макиавелли, который разработал четыре основных принципа лидерства: власть лидера зиждется на поддержке сторонников; отсюда вытекает следующий принцип — последователи должны знать, что им ожидать от лидера и, что он сам от них ждет; воля к выживанию — основное качество лидера по мнению Н. Макиавелли, и последнее, лидер — это всегда образец справедливости и самое главное мудрости для своих поданных. Н. Макиавелли не раз подчеркивал, что сила будет на стороне того лидера, который учитывает психологию людей, который понимает, как можно использовать в собственных целях их привычки, достоинства и недостатки, знает их образ мысли и умеет им управлять [9, с. 50]. Возможно, для того времени подобные рассуждения являлись весьма критичными, но это не значит, что они не верны. Представляя свою концепцию Н. Макиавелли отмечал, что «существуют добродетели, обладание которыми ведет к гибели, и есть пороки,

ускорив которые, можно достичь безопасности и благополучия» [9, с. 55]. А отвечая на самый главный вопрос, будоражащий умы ученых-менеджеров, о том, что для лидера лучше — вселять любовь или внушать страх, Н. Макиавелли предлагал использовать оба варианта, но если страсти накалятся, то лидеру полезнее держать последователей в страхе, поскольку мудрость правителя-лидера заключается в его способности сочетать в себе качества льва и свойства лисицы.

Подобный подход послужил вдохновением для многих последующих поколений, в том числе и на Т. Гоббса, Дж. Локка и Ш. Монтескье. Последний в своей работе «О духе законов» приходит к мысли о том, что лидер — это человек, покоряющий сердца, не набрасывающий путы на разум.

Анализируя следующий этап изучения лидерства европейских мыслителей, необходимо отметить, что некоторые из них брали за основу наработки Н. Макиавелли, как, например, Г. Гегель, который видел лидера в качестве героя-монарха, великого человека с абсолютной волей, умеющий ее выражать. При этом он должен руководствоваться именно высшим благом для всей нации. Но вот по мнению Ф. Ницше, например, мораль — это вовсе не благо, а «оружие слабых», неприемлемое для лидера. Свою идею о сверхчеловеке он как раз-таки видел в разрушении «животного» начала и проявлении «творческого инстинкта», т.е., по его мнению, сверхчеловек (лидер) создает себя сам, в том числе и с помощью изменения устаревшей общественной морали. Однако, по мнению З. Фрейда, человечество (как и каждый человек) изначально нуждаются в лидере (как в авторитарном отце). Поэтому лидерство, с его точки зрения, — это не что иное, как сублимация (трансформация сексуальной энергии в творческую), так личность компенсирует низкую самооценку. Такой позиции придерживался не только З. Фрейд, но и А. Адлер, утверждающий, что стремление стать лидером — это, в первую очередь, компенсация «чувства неполноценности» [16, с. 126].

В дальнейшем в ходе все более глубокого изучения данной темы многие ученые пришли к выводу, что способности лидера исключительны, что существует «харизма», которая является врожденной чертой личности. Приверженцем этой теории был и М. Вебер, который акцентировал внимание именно на харизматическом лидерстве, поскольку считал его самым эффективным, но весьма редким, так как возникали подобные лидеры, по его мнению, исключительно на изломах истории. Хотя, П. Дукер опровергал эту теорию, указывая на тот факт, что сама по себе харизма не может быть гарантом того, что ее носитель будет являться эффективным лидером [20, с. 134]. По его мнению, харизматическое лидерство — это вера в сверхъестественные и экстраординарные способности человека, которая должна сместиться благодаря современному рационализму.

Говоря о лидерстве в том числе и с точки зрения политики, нельзя не упомянуть выражение, что «революция — локомотив истории» [15, с. 12]. Но тогда логично возникает вопрос о «машинистах»: кто эти герои, вожаки и лидеры, которым было доверено воплотить интересы общества. Так, например, отечественные мыслители, а именно Н.Г. Чернышевский, Н.А. Добролюбов, Д.И. Писарев пришли к выводу о том, что изменить давно устоявшийся социальный процесс под силу отдельной личности, если эта личность — лидер, революционер, руководствующийся «разумным эгоизмом».

Помимо перечисленных авторов, существует еще масса работ и идей, касающихся феномена лидерства. На эту тему было проведено не мало исследований, в том числе и М. Портером, И. Ансоффом, А. Томпсоном, И. Адизесом и А. Стриклендом. При этом ученые до сих пор не пришли к единому мнению о том, что такое лидерство, как оно должно изучаться, какие подходы более эффективны, а какие менее. Для поиска ответов на все эти вопросы используются как старые материалы (работы предшественников), а также проводятся все новые исследования. Однако, вопрос все еще считается дискуссионным. Что такое лидерство? Можно ли его достичь или ему научиться? Какова его степень влияния на предпринимательство в целом?

Так, например, С.Д. Резник уверен, что «стать лидером можно, имея при этом высокую профессиональную подготовку и практический опыт, а также учитывая веяния времени» [14, с. 275]. Он считает, что успешными руководителями становятся только те люди, которые сумели развить в себе лидерские качества, в том числе умение влиять на других. При этом сам феномен лидерства, по его мнению, возникает зачастую только в проблемных ситуациях. Именно поэтому в разных ситуациях группа выбирает разных лидеров. Другими словами, лидер для автора — это зеркало самой группы (т.е. какой тон задает группа, так и проявляет себя лидер). Это говорит о том, что лидер одной группы далеко не всегда будет лидером в другой.

Р. Дафт также рассматривал лидерство неразрывно от общества. И в связи с этим отмечал, что «лидерство двусторонний процесс, протекающий между людьми» [6, с. 466]. Но помимо этого, он считал лидерство способностью влиять на других людей, которая необходима для достижения каких-либо целей. При этом лидер — это душа (в отличие от руководителя, который является, в первую очередь, разумом), которая отличается такими качествами как гибкость, решительность, новаторство и мечтательность.

Здесь можно сделать главный вывод о том, что руководитель и лидер находятся в разных плоскостях, но иногда (в самом лучшем случае) они могут накладываться друг на друга и становиться одним эффективным целым. Ведь успешные организации отличаются от менее успешных, в первую очередь, эффективным и динамичным руководством. Поэтому было бы гораздо лучше, если бы каждый руководитель стремился работать более продуктивно, желая стать лидером во благо организации.

Несмотря на это, О.С. Виханский и А.И. Наумов в своем учебнике «Менеджмент» пишут, что руководство и лидерство — это синонимы [4, с. 457]. И они не одиноки в своем решении, очень многие считают, что четкой границы между этими понятиями нет. Также есть мнение, которого придерживается в том числе и В.Р. Веснин, о том, что лидерство — это своего рода дополнение к руководству, его компонент.

Но все же в большинстве своем превалирует позиция, при которой лидер и руководитель — две совершенно разные роли. Б.Д. Парыгин, обоснованно критикуя выводы об идентичности этих терминов, пишет о том, что руководитель —

это регулятор официальных отношений, обладающий легитимной властью и методами воздействия на группу (социальную организацию), а лидер — это больше стихийный регулятор именно межличностных отношений.

Все те, кто признает справедливым тот факт, что это все же два совершенно разных понятия, расходятся в определении лидерства, его типов и теорий возникновения. При проведенном анализе работ на тему лидерства было выявлено, что каждый автор дает свое определение в зависимости от целей и задач исследования. А такое многообразие определений и подходов указывает на сложность данной категории.

Л.В. Тайкова определяет лидерство как уникальный феномен общественной (и политической) жизни, который связан с осуществлением властных функций [17, с. 67]. По мнению С.А. Багрецова, «лидерство — это степень ведущего влияния личности и члена группы на группу в целом в направлении оптимизации решения обще групповой задачи» [2, с. 446]. Нельзя не согласиться и с мнением Р.М. Чумичевой о том, что лидером можно считать авторитетного члена группы, за которым признается право принимать решения в значительных для группы ситуациях [19, с. 66].

В классических учебниках лидерство рассматривается в качестве способности вести за собой людей [8, с. 171]. В.Ю. Конюхов и М.В. Куклина дают такое определение в своем учебном пособии: «Лидерство — это тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном для данной ситуации сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к достижению общих целей» [10, с. 6]. При этом С.Д. Резник считает, что лидерство является внутренним социально-психологическим процессом самоорганизации и самоуправления взаимоотношениями и деятельностью членов группы за счет индивидуальной инициативы участников [14, с. 277]. Из этого можно сделать вывод, что те руководители, которые смогли развить в себе лидерский потенциал и умение влиять на других, добились гораздо больших успехов в профессиональной деятельности (стали более эффективными руководителями, а как следствие их компании добились больших успехов, увеличили долю рынка, нашли инновационные пути развития).

К сожалению, компании не являются живыми организмами и не имеют систем саморегуляции. Все происходящее с ними — это результат действий руководства, его решений и видения ситуаций. А это значит, что для успешного руководства предпринимателю необходимо быть лидером для своей компании, и обладать рядом определенных качеств. В первую очередь он должен быть грамотным администратором, который сможет упорядочить и рационально организовать работу подчиненных. Во-вторых, стратегическое мышление, которое поможет видеть выходы из кризисных положений, определять перспективы развития, быть готовым к риску, к инновационным решениям. Третий немаловажный компонент — это творчество. Лидер должен играть роль вдохновителя, выступать интегратором, создателем корпоративной культуры и слаженной командной работы. Тем не менее О.В. Нариманова настаивает на том, что стремление быть лучшим во всем для лидера не является показателем мудрости. По ее мнению, гораздо более эффективным будет создать команду из тех людей, которые

будут обладать всеми перечисленными качествами, и умело ими управлять, используя способности каждого во благо общей цели [12, с. 173].

Как бы то ни было, в настоящее время большинство ученых сходятся во мнении, что успешное предпринимательство во многом зависит от функций руководителя, который опирается на свой лидерский потенциал.

Для расширения горизонтов дальнейших исследований по данному вопросу, необходимо подчеркнуть важность раскрытия лидерского потенциала. Безусловно, существует определенный набор качеств, присущих человеку с рождения, и он влияет на всю его жизнь, в том числе и профессиональную. Возможно, они не будут идентичны исчерпывающему списку теории харизматических качеств лидера, но все же наличие даже некоторых из них позволит руководителю развить остальные, а также приобрести специальные навыки и умения (в том числе и включая знания ситуационного подхода). Ведь как говорил Далай-лама в своей работе «Путь истинного лидера»: «не существует двух лидеров, которые обладали бы абсолютно одинаковыми качествами» [5, с. 92].

Это дает нам основания полагать, что, помимо «таланта» к лидерству, существует еще и ряд возможностей, чтобы им стать. В том числе самоорганизация, совершенствование сознания, получение новых знаний (в том числе оттачивание определенных умений и навыков).

Лидерство — это своего рода искусство, которым невозможно овладеть, не приложив никаких усилий, не получив определенных знаний, в том числе и о человеке как личности, его природе и способах управления (направления) его решениями. Поскольку лидер должен принимать решения, и эти решения должны быть правильными, то ему необходимо учиться. Постоянно учиться и самосовершенствоваться. В этом и заключается его главная особенность, желание быть лучше, искать совершенно новые пути и решения даже для стандартных ситуаций, проводить постоянный самоанализ, выбирать более рискованный путь (не боясь ответственности).

Ведь для того, чтобы стать лидером и вести за собой людей, нужно четко самому видеть путь, по которому необходимо идти. Быть лидером, значит быть вдохновителем для своих последователей (путь будет гораздо быстрее пройден, если люди будут внутренне мотивированы идти), быть не просто управленцем, указывающим на то, чтобы люди делали вещи правильно, а быть наставником, который вместе с командой совершает правильные вещи, не боясь делегировать, доверять и поощрять инициативу, не боясь ошибиться и признать свои ошибки.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что лидерство — это способность создавать образ будущего состояния для организации (группы людей), доведение его до последователей, вдохновение на действия, а также совместное исполнение.

### **Список использованной литературы**

1. Аристотель. Политика / Аристотель ; пер. с древнегреч. С.А. Жебелева. — М. : АСТ, 2016. — 384 с.

2. Багрецов С.А. Диагностика социально-психологических групп с внешним статусом / С.А. Багрецов, С.А. Оганян, В.М. Львов, К.М. Оганян. — СПб., 1999. — 640 с.
3. Веснин В.Р. Менеджмент : учебник / В.Р. Веснин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ТК Велби : Проспект, 2007. — 504 с.
4. Виханский О.С. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Экономистъ, 2005. — 670 с.
5. Далай-Лама XIV. Путь истинного лидера / Его Святейшество Далай-Лама, Л. Майзенберг ; пер. с англ. Н. Яцюк. — М. : Эксмо, 2010. — 304 с.
6. Дафт Р.Л. Менеджмент / Р.Л. Дафт. — СПб. : Питер, 2003. — 832 с.
7. Евтихов О.В. Социально-психологическая модель развития лидерского потенциала руководителя / О.В. Евтихов // Психопедагогика в правоохранительных органах. — 2012. — № 4 (51). — С. 3–6.
8. Карташова Л.В. Организационное поведение : учебник / Л.В. Карташова, Т.В. Никонова, Т.О. Соломанидина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Инфра-М, 2012. — 383 с.
9. Кравченко А.И. История менеджмента : учеб. пособие для студентов вузов / А.И. Кравченко. — М. : Акад. проспект, 2002. — 560 с.
10. Конюхов В.Ю. Лидерство : учеб. пособие / В.Ю. Конюхов, М.В. Куклина. — Иркутск : Изд-во ИРНИТУ, 2017. — 122 с.
11. Кэмпбелл С. Пять граней лидерства / С. Кэмпбелл, Э. Самиек ; пер. с англ. Н. Яцюк. — М. : Манн, Иванов и Фарбер : Эксмо, 2013. — 304 с.
12. Нариманова О.В. Оптимальный стиль лидерства на различных этапах жизненного цикла организации / О.В. Нариманова // Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие. — 2017. — № 2 (17). — С. 169–179.
13. Платон. Государство / Платон ; пер. с древнегреч. А.Н. Егунова. — М. : АСТ, 2016. — 448 с.
14. Резник С.Д. Организационное поведение : учебник / С.Д. Резник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Инфра-М, 2008. — 430 с.
15. Сергеева С.А. Эволюция философских идей и концепций лидерства / С.А. Сергеева // Армия и общество. — 2013. — № 1 (33) — С. 11–17.
16. Спиркин А.Г. Философия : учебник / А.Г. Спиркин. — 2-е изд. — М. : Гардарики, 2006. — 736 с.
17. Тайкова Л.В. Проблема лидерства и руководства: теоретический аспект / Л.В. Тайкова // Вестник Новгородского государственного университета. — 2013. — № 74. — С. 67–71.
18. Черепанова Н.В. Этика лидерства в современном управлении / Н.В. Черепанова, Л.Р. Тухватулина // Известия Томского политехнического университета. — 2012. — № 6, т. 321. — С. 66–69.
19. Чумичева Р.М. Руководство и лидерство в управленческой деятельности / Р.М. Чумичева, Н.А. Платохина, А.В. Исаев // Известия Волгоградского государственного университета. — 2014. — № 15 (142). — С. 65–67.
20. Шкурко О.В. Харизматическое лидерство и возможность его развития у современных руководителей / О.В. Шкурко // Вестник Омского университета. Сер. «Экономика». — 2013. — № 3. — С. 133–136.

## **Информация об авторах**

*Минкина Анастасия Владимировна* — магистрант, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: anastasiya\_minki@mail.ru.

*Константинова Лия Файтуловна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: keppd@mail.ru.

## **Authors**

*Minkina Anastasia Vladimirovna* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: anastasiya\_minki@mail.ru.

*Konstantinova Liya Faytulovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: keppd@mail.ru.

**А.В. Столяренко, Л.Ф. Константинова**

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ БАЙКАЛЬСКОГО РЕГИОНА**

Рассматривается предпринимательство в Байкальском регионе среди субъектов Российской Федерации. Развитие предпринимательства является одним из важных направлений совершенствования экономической обстановки на территории Байкальского региона и нуждается во всесторонней поддержке. Исследованы виды трендового анализа.

*Ключевые слова:* Байкальский регион; предпринимательство; эффективность; трендовый анализ; производительность труда; государственная поддержка.

**A.V. Stolyarenko, L.F. Konstantinova**

## **ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR OF THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF THE BAIKAL REGION**

Entrepreneurship in the Baikal region among the subjects of the Russian Federation is considered. The development of entrepreneurship is one of the important directions of improving the economic situation in the Baikal region. Entrepreneurship needs full support. Consider the types of trend analysis.

*Keywords:* Baikal region; entrepreneurship; efficiency; trend analysis; labor productivity; government support.

Предпринимательство является одним из важных элементов развития рыночной экономики, в значительной степени способствующим интенсивному развитию страны, во многом определяющим темпы экономического роста, качество и структуру валового национального продукта. Предпринимательство составляет сегодня в нашей стране не менее 75 % от общего числа компаний и на него приходится примерно 40–45 % численности занятых и общего объема производства продукции и услуг. Таким образом, можно сделать вывод о том, что предпринимательство — является одной из важнейших составляющих современной мировой экономики.

Анализ развития малого предпринимательства в Байкальском регионе показал, что предпринимательство существует у нас более 20 лет. Как показывает опыт разных стран, малое и среднее предпринимательство играет очень большую роль в экономике, его развитие влияет на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества, на создание новых дополнительных рабочих мест, т.е. решает многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы. Развитие малого предпринимательства в городах Байкальского региона возможно только с помощью применения мер государственной поддержки, что приведет к увеличению предпринимательской активности населения.

Существует много разных определений и трактовок понятия «предпринимательство». Одни считают, что это деятельность, каким-либо способом связанная с получением и увеличением прибыли, а другие считают, что «предпринимательство» близко с понятием «бизнес» и является способностью ведения какого-либо дела, приносящего выгоду и доход.

Но современные трактовки данного понятия содержат смысл в том, что чаще всего «предпринимательство», употребляется именно в сфере бизнеса. Иными словами, имеет более широкую трактовку. В большинстве случаев понятие связано с реализацией и ведением конкретно зафиксированной масштабной и новой идеи, которая принесет доход, как в длительном периоде, так и в краткосрочной перспективе. Но вероятность прибыли не всегда оправдана, так как задуманная идея какой-либо деятельности может не оправдать возлагаемые надежды [2, с. 55].

При этом предприимчивые люди, обладающие определенными способностями, берут на себя риски, которые связаны с неопределенными и нестандартными решениями в бизнесе. При этом предпринимательство в целом может допускать определенную долю повторяющейся деятельности, которая проводится по установленным заранее нормам, правилам, то экономические нововведения и незапланированные решения являются просто необходимым условием в сфере предпринимательства.

Поэтому объем, размер прибыли за такую деятельность, а также и период ее получения в данном случае особенно зависят от фактора неопределенности. Такие предприниматели чаще зовутся первопроходцами в новых сферах бизнеса.

Предпринимательская деятельность, по мнению многих авторов — это связанное с риском создание новых комбинаций, ориентированных на прибыльное удовлетворение спроса. Предпринимательство как явление экономическое характеризует товарно-денежный характер отношений.

Оно же основано на экономических рыночных законах, таких как закон спроса и предложения, закон стоимости, закон конкуренции и других. А также во всех инструментах товарного обращения и производства, таких как цена, деньги, финансы. Значение малого бизнеса в рыночной экономике, очень велико. Без малого бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии. В целом малое предпринимательство можно охарактеризовать, как самостоятельную, инициативную деятельность отдельных граждан, осуществляемую ими на свой страх и риск под имущественную ответственность и направленную главным образом на получение экономической выгоды в форме прибыли. Становление и развитие малого предпринимательства является одной из основных проблем экономической политики в условиях рыночной экономики. Как известно, под экономической деятельностью понимается воспроизводственный процесс материальных и духовных благ. Такой воспроизводственный процесс характеризуется производством, распределением, потреблением и обменом. При этом основным элементом данной деятельности является производство.

В результате вновь создаваемого производства создается новая добавленная стоимость, и, соответственно, цена для потребителей. Целями такой деятель-

ности являются удовлетворение спроса, и удовлетворение материальных потребностей людей, которые характеризуются обеспечением их жизнедеятельности, и удовлетворением духовных благ.

В Байкальском регионе особо остро стоит проблема развития бизнеса и повышения его конкурентоспособности. Нынешняя экономика, с ее постоянно растущей конкуренцией, требует от руководящего звена и менеджеров предприятий, фирм и ассоциаций постоянного роста эффективности использования экономического потенциала, подходящих форм хозяйствования, большого роста результатов при наименьших затратах труда и средств. Из изложенного выше следует, что необходимо развитие теории и практики оценки хозяйственной деятельности как одного из самых главных методов научного управления экономической предприятий. В критериях рыночного механизма хозяйствования, анализ обязан не только давать эффективную оценку осуществления планов и динамике производственно-торговой, финансово-хозяйственной и другой деятельности компаний, но и находить, исследовать и собирать резервы финансового и общественного развития, помогать принимать решения: оптимально-тактические и стратегически-управленческие.

Наибольшая выгода фирмы характеризуется производством товара или услуги с минимальными затратами, она выражается в его возможности изготовить максимальный объем продукции отличного качества с минимальными расходами и продавать этот товар с наименьшими издержками. На современном этапе при анализе эффективности деятельности предприятия в первую очередь объектом выступает процесс формирования и распределения прибыли от любого вида деятельности. А предметом анализа служит совокупность процессов, охватывающих управление операционной, инвестиционной и финансовой деятельности, так и совместно всей деятельностью [4, с. 87].

Для современной России, и для Байкальской территории в отдельности, развитие малого бизнеса имеет особое значение:

1. Малые фирмы эффективнее откликаются на спрос и быстро избавляют от проблем на потребительском рынке. За счет фирм растет ВВП региона и налоговые поступления.

2. Малый бизнес быстро и с небольшими затратами создает новые рабочие места, тем самым помогая власти решать проблему занятости населения.

3. Малое предпринимательство формирует средний класс, конкурентную среду, создает основу для развития цивилизованного рынка [5].

В практической деятельности для компании в процессе проведения анализа эффективности применяется набор стандартных методов. Но наиболее приемлемым является трендовый анализ. Анализ прибыли — основа для исследования динамики конкретных показателей в рассматриваемые периоды.

В процессе использования анализа тренда производится расчет таких показателей, как динамика темпов роста и прироста прибыли. В результате корреляционного анализа определяется линия тренда, т.е. тенденции изменения показателей на перспективу.

Существующие виды анализа по тренду получили широкое распространение. Виды трендового анализа рассмотрим ниже:

- проведение сравнения показателей прибыли настоящего периода с показателями прошлогоднего цикла;
- проведение параллели показателей формирования и использования прибыли в период поквартального исследования. Иными словами, такой вид анализа для прибыли применяется в компаниях с явно просматриваемыми циклами и сезонными колебаниями в хозяйственной деятельности компании;
- проведение анализа прибыли за ряд предшествующих периодов в годах с целью определения тенденций изменения определенных изучаемых показателей в динамике.

Таким образом, можно сказать, что метод оценки эффективности проекта носит основополагающий характер, по причине того, что инвестор, основываясь на анализе доходности проекта может решить вкладываться в бизнес или нет. Именно этот анализ оценки эффективности помогает нам при оценке самого бизнеса как в целом, так и отдельно по показателям.

По мнению В.И. Самарухи, Д.Ю. Федотова, А.В. Самарухи и Д.И. Сачкова, стратегическими направлениями развития предпринимательства в Байкальском регионе являются:

- развитие транспортно-логической инфраструктуры региона как единственного механизма с учетом развития БАМа и прилегающих к ней территорий;
- упорядочение контрольных функций всех ветвей власти;
- приоритетность поддержки развития малых и средних инновационного сектора экономики и сферы промышленного производства;
- организация бесплатных курсов для повышения квалификации предпринимателей;
- развитие рынка услуг по типу В2В (бизнес для бизнеса) [3, с. 92].

Малый бизнес в Байкальском регионе сложился как отдельный раздел экономики. По многим показателям (численность небольших компаний, товарооборот, размер выпущенной продукции, товаров, услуг) наблюдается рост. Малое предпринимательство в Байкальском регионе интенсивно растет в тех структурах деятельности, где большой бизнес медлительно откликается на меняющийся спрос населения. Подтверждением тому является развитие туризма, развитие промышленности (газо-химическая и нефтяная), а также инновационных разработок в энергетике и других отраслях, выполняющих переработку добываемого сырья.

### **Список использованной литературы**

1. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. — М. : Ин-т новой экономики, 2002.
2. Прокопец Т.Н. Предпринимательство как один из факторов развития национальной экономики / Т.Н. Прокопец // Молодой ученый. — 2010. — № 12, т. 1. — С. 110–112.
3. Самаруха В.И. Стратегические направления устойчивого развития Байкальского региона: инновационно-рекреационная перспектива / В.И. Самаруха, Д.Ю. Федотов, А.В. Самаруха, Д.И. Сачков. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2011. — 282 с.

4. Столяров В.И. Экономика : учебник / В.И. Столяров. — М. : Академия, 2011.

5. Чистякова О.В. Инновационные направления развития предпринимательства в Байкальском регионе / О.В. Чистякова. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2012. — 206 с.

### **Информация об авторах**

*Столяренко Александр Владимирович* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: ajiekahdp.ru@mail.ru.

*Константинова Лиля Файтуловна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: keppd@mail.ru.

### **Authors**

*Stolyarenko Alexander Vladimirovich* — Master`s student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: ajiekahdp.ru@mail.ru.

*Konstantinova Liya Faytulovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: keppd@mail.ru.

## **ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ**

В статье рассмотрено влияние экономического кризиса на строительную отрасль, оценены основные показатели и динамика развития предпринимательской деятельности в строительстве в течении нескольких лет, рассмотрены пути выхода из кризиса и меры государственная поддержка отрасли строительства.

*Ключевые слова:* экономический кризис; строительная отрасль; предпринимательская деятельность; меры государственной поддержки.

N.M. Sergeeva, I.B. Korolyoeva

## **INFLUENCE OF THE ECONOMIC CRISIS ON BUSINESS ACTIVITIES IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY OF RUSSIA**

The article discusses the impact of the economic crisis on the construction industry, evaluates the main indicators and the dynamics of business development in construction for several years, considers ways out of the crisis and measures state support for the construction industry.

*Keywords:* economic crisis; building sector; business activities; government support measures.

«Предпринимательство в Гражданском кодексе РФ определяется как самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ (оказания услуг) лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке» [1].

Различают разные формы предпринимательства, развитие которых зависит от многообразных факторов и, прежде всего, от наличия предпринимательской среды. Предпринимательская среда — это ситуация на внутренних и внешних деловых площадках для реализации и формирования предпринимательской деятельности, удовлетворения потребительского спроса и получения прибыли.

Перспективным направлением для развития предпринимательства является отрасль строительства. Строительство представляет собой самостоятельную отрасль экономики страны, которая предназначена для создания новых зданий и сооружений, реконструкции, ремонта, реновации действующих объектов.

Конечным продуктом строительства являются здания гражданского или промышленного назначения. Затраты на их производство не могут сравниться с затратами на изготовление станков, машин, инструментов и других производственных и непроизводственных товаров. Длительный период возведения объектов увеличивает срок окупаемости капитальных вложений, а также повышает риски, связанные прежде всего с изменениями экономической ситуации в стране. В связи с этим необходимо совершенствовать систему организации и управления строительным процессом.

Крупные строительные фирмы в основном заняты в жилищном строительстве, ситуация в котором является определяющей для состояния отрасли в целом.

Покупатели на рынке жилья, с одной стороны, имеют устойчивую потребность в жилье, а с другой стороны, неоднозначные возможности для его приобретения. Строительная отрасль остро реагирует на объемы инвестиций, так как настроена на производство товаров, а не на создание активов для производства материальных ценностей. Экономический кризис мгновенно влияет на объемы предложения продукта и быстрее всего проявляется в данной сфере.

Экономическая ситуация в жилищном строительстве России за последние годы складывается неоднозначно. Об этом свидетельствуют данные табл. 1 и 2.

Таблица 1

**Объемы ввода в эксплуатацию зданий жилого и нежилого назначения в России в 2008–2016 гг.**

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Количество введенных зданий, всего, тыс. м <sup>2</sup>	224,6	233,3	216,5	227,2	241,4	258,1	304,2	306,4	278,3
В том числе:									
жилого назначения	208,9	217,2	201,7	211,2	223,0	239,1	283,0	286,1	259,5
нежилого назначения	15,7	16,1	14,8	16,0	18,4	19,0	21,2	20,3	18,8
Общий строительный объем зданий, всего, млн м <sup>3</sup>	446,2	423,6	397,4	423,2	485,6	526,7	617,8	622,8	605,5
В том числе:									
жилого назначения	310,9	280,8	271,8	296,5	316,9	343,5	404,4	415,7	400,4
нежилого назначения	135,3	142,8	125,6	126,7	168,7	183,2	213,4	207,1	208,1
Общий строительный объем зданий, всего, млн м <sup>3</sup>	102,5	95,1	91,5	99,0	110,4	117,8	138,6	139,4	135,8
В том числе:									
жилого назначения	79,2	72,5	70,3	77,2	82,0	87,1	104,4	106,2	103,4
нежилого назначения	23,3	22,6	21,2	21,8	28,4	30,7	34,2	33,2	32,4

Источник: [2].

Таблица 2

**Объем введенных в действие жилых домов в России в 2008–2017 гг.**

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Введено в действие жилых помещений, млн м <sup>2</sup>	64,1	59,9	58,4	62,3	65,7	70,5	84,2	85,3	80,2	78,6
В % к предыдущему году	104,6	93,5	97,6	106,6	105,6	107,2	118,2	101,4	94,0	97,9

Источник: [2].

По материалам табл. 1 и 2 можно сказать, что строительный рынок динамичен. За последние несколько лет значительно увеличился объем жилищного строительства. Однако отрасль отреагировала на общий спад мировой экономики. Основными проблемами стали вопросы кредитования. Мировая экономика столкнулась с неограниченным необеспеченным заимствованием. Нестабильная финансовая сфера, мировые цены на нефть, неустойчивый курс валюты, экономические санкции, падение уровня доходов населения, снижение потребительской активности привело к сокращению объемов строительной продукции. Низкий объем продукции привел к высокой стоимости жилья.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, основные факторы, ограничивающие производственную деятельность строительных организаций, представлены на рис. 1.

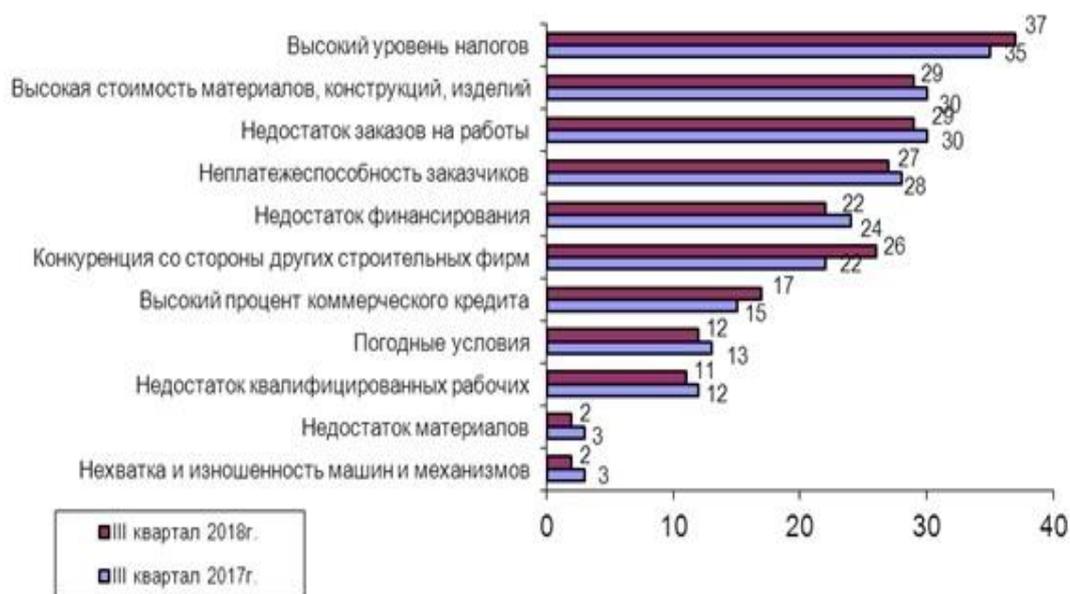


Рис. 1. Основные факторы, ограничивающие производственную деятельность строительных организаций (за период третий квартал 2017 г. — третий квартал 2018 г.) [6]

Увеличение стоимости материалов, низкий уровень финансирования одновременно с высоким уровнем налоговой нагрузки являются основными сдерживающими факторами развития строительной отрасли.

Для стабилизации экономической ситуации Правительством РФ разработаны следующие меры государственной поддержки.

Бюджетное финансирование, которое предполагает привлечение дополнительных инвестиций, в частности, средств банков, а также дополнительного финансирования, предусмотренного государственными программами. Для вовлечения бюджетных средств в строительную отрасль были разработаны федеральные целевые программы «Жилище» на 2011–2020 гг. и «Доступное жилье для моло-

дых семей» [4]. Реализация данных программ направлена на повышение покупательной способности населения, что позволит строительным организациям сохранить производственные объемы.

Учитывая ограниченный доступ к бюджетному финансированию, наиболее доступным финансовым источником для покупки жилья остается предоставление кредитов банков. Улучшение ситуации с кредитованием в последнее время связано в первую очередь со снижением величины ключевой ставки ЦБ (табл. 3).

Таблица 3

**Динамика значений ключевой ставки ЦБ РФ за период 2013–2018 гг., %**

Период	Значение ключевой ставки
13.09.2013–02.03.2014	5,5
03.03.2014–27.04.2014	7,0
28.04.2014–27.07.2014	7,5
28.04.2014–04.11.2014	8,0
05.11.2014–11.12.2014	9,5
12.12.2014–15.12.2014	10,5
16.12.2014–01.02.2015	17,0
02.02.2015–15.03.2015	15,0
16.03.2015–04.05.2015	14,0
05.05.2015–15.06.2015	12,5
16.06.2015–02.08.2015	11,5
03.08.2015–13.06.2016	11,0
14.06.2016 по настоящее время	10,5

Источник: [3].

В связи с этим крупнейшие банки РФ снизили ставки по ипотечным кредитам. Теперь ставки по ипотеке с господдержкой составляют 11,0–11,5% в зависимости от размера первоначального взноса. Это одни из самых низких ставок сегодня на рынке. Ипотеку на готовое жилье и квартиру на этапе строительства можно будет оформить по единой минимальной ставке — от 12,5 % годовых.

Снижение ипотечных ставок крупнейшими банками РФ на первичном и вторичном рынке в течение последних двух лет привело к росту конкуренции на рынке ипотеки и его самостоятельному восстановлению независимо от госпрограммы субсидирования. Данные представлены на рис. 2 [3].

Замещение импортных строительных материалов и производственного оборудования отечественными аналогами.

Для развития промышленности в стране Правительство РФ разработаны следующие программы и предусмотрены следующие меры:

- «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (Постановление правительства № 328 от 15.04.14, разработка Минпромторга);
- Программа поддержки инвестпроектов, реализуемых на территории РФ на основе проектного финансирования (Постановление правительства № 1044 от 11.10.14);
- региональные программы содействия импортозамещению (разработаны правительствами субъектов РФ);

- создание фонда развития промышленности (Распоряжение правительства № 1651-р от 28.08.14).

На примере покупки квартиры в Москве за 6 млн рублей. Срок кредита — 15 лет. Первоначальный взнос — 30%. Доход заемщика подтвержден справкой 2-НДФЛ и приобретено комплексное страхование

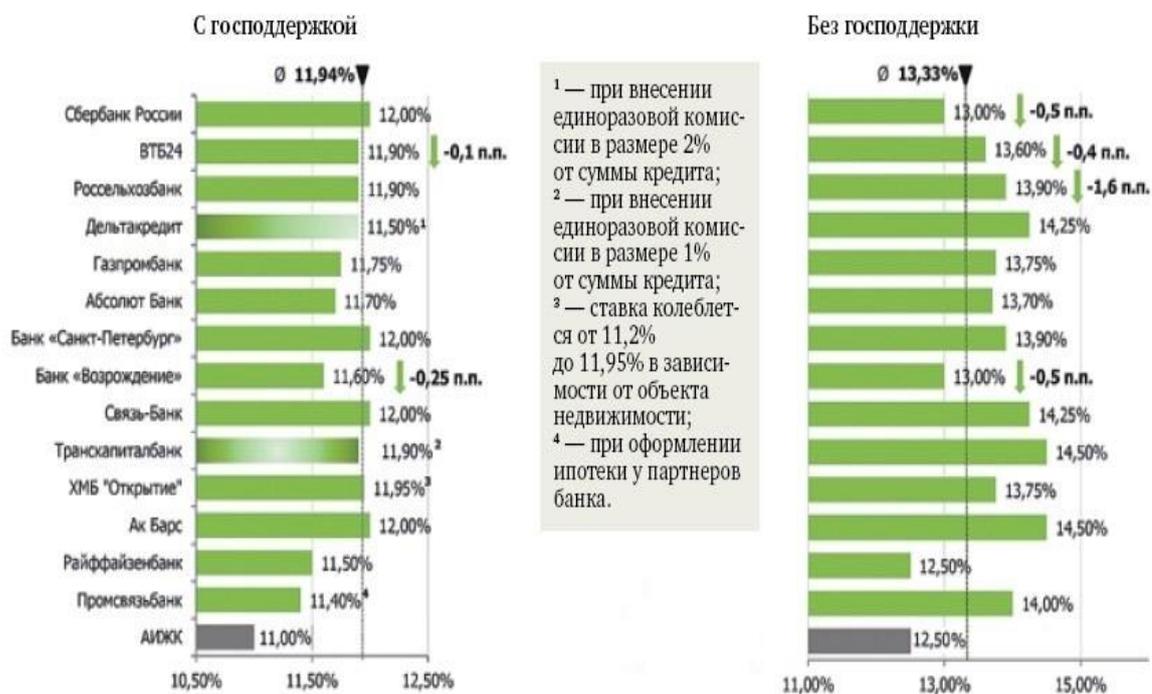


Рис. 2. Ипотечные ставки на первичном рынке жилья в 2016–2018 гг., % [5]

Перечисленные меры направлены на улучшение условий развития промышленности, внедрения инновационных технологий в производство, ликвидацию технологического отставания, оказания финансовой и консультационной поддержки, создание механизма поддержки инвестиционных проектов на основе проектного финансирования, способствующего увеличению объемов кредитования на территории РФ.

Несмотря на неблагоприятные факторы развития предпринимательской деятельности, в последние годы строительство вышло на новый уровень. Значительное развитие государственной поддержки, снижение величины ключевой ставки, импортозамещение материалов и оборудования способствовали повышению:

- конкурентоспособности;
- оперативной адаптации к изменениям в экономике,
- качества жилищного фонда и его доступности для населения.

Учитывая очевидную стабилизацию экономики страны, можно предположить, что отрасль строительства перейдет в зону устойчивого экономического роста.

### Список использованной литературы

1. Гражданский кодекс РФ. Ст. 2, п. 1 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_109742](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_109742).

2. Журнал «Вавилон». Статистические данные [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vawilon.ru/statistika-stroitelstva>.

3. Информационное издание ЦБ РФ [Электронный ресурс] : офиц. сайт ЦБ РФ. — Режим доступа: <http://cbr.ru>.

4. О федеральной целевой программе «Жилище» на 2015–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Правительства РФ от 17.12.2010 г. № 1050. — Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_109742](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_109742).

5. Строительная газета [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.stroygaz.ru>.

6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : офиц. сайт. — Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru).

### **Информация об авторах**

*Сергеева Надежда Михайловна* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [na\\_dyap@inbox.ru](mailto:na_dyap@inbox.ru).

*Королева Ирина Борисовна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [fine-1@yandex.ru](mailto:fine-1@yandex.ru).

### **Authors**

*Sergeeva Nadezhda Mikhailovna* — Master`s student, Chair of enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [na\\_dyap@inbox.ru](mailto:na_dyap@inbox.ru).

*Korolyova Irina Borisovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [fine-1@yandex.ru](mailto:fine-1@yandex.ru).

## ВЛИЯНИЕ ЗАБАСТОВОЧНОЙ АКТИВНОСТИ ТРУДЯЩИХСЯ НА РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ

В статье дается определение забастовки. Проводится количественная и качественная оценка забастовочных акций и протестов в период с 1990 по 2017 г. в России. Подводятся социально-экономические итоги забастовочной борьбы и их влияние на развитие корпоративного управления в России.

*Ключевые слова:* забастовка; трудовой спор; монетизация льгот; политизация конфликта; корпоративное управление.

K.V. Pershin, I.B. Korolyova

## INFLUENCE OF SPARE ACTIVITY OF WORKERS ON THE DEVELOPMENT OF CORPORATE GOVERNANCE IN RUSSIA

The article defines the strike. A quantitative and qualitative assessment of strikes and protests in the period from 1990 to 2017 is carried out in Russia. The socio-economic results of the strike struggle and their impact on the development of corporate governance in Russia are summarized.

*Keywords:* strike; labor dispute; monetization of benefits; conflict politicization; corporate governance.

Радикальной формой коллективной борьбы трудящихся за свои права является забастовка или угроза ее проведения. «Забастовка (от итал. *basta!* — довольно! хватит!) — временный добровольный отказ работников от исполнения трудовых обязанностей (полностью или частично) в целях разрешения коллективного трудового спора». Легализация стачки как крайней меры борьбы трудящихся за свои права произошла 9 октября 1989 г., когда был принят закон «О порядке разрешения коллективных трудовых споров».

На основе статистических данных был построен график числа организаций, на которых проходили забастовки за период 1990–2017 гг. в России (рис.) [1].



*Число организаций, на которых проходили забастовки трудящихся за период 1990–2017 гг. в России, ед. [1]*

Анализируя данные Росстата, можно сделать вывод, что с начала 1990-х гг. наблюдалось три активные фазы протестной активности. Первая фаза происходила в период с 1991–1992 гг. В 1991 г. по сравнению с 1992 г. число забастовок увеличилось примерно в 7 раз. Причиной этого стало снижение реальной заработной платы, а в 1992 г. по сравнению с 1990 г. — вследствие освобождения цен — более чем в 20 раз. Наибольший удельный вес в количестве бастующих пришелся на работников бюджетной сферы. Более умеренный, примерно в 1,5 раза, рост забастовочной активности наблюдался в других отраслях. Особенностью протестного движения в 1990-е гг. было то, что подавляющее большинство забастовок происходило на предприятиях с государственной собственностью и в бюджетных организациях. Исходя из этого, переход в политическую плоскость практически любого открытого конфликта с экономическими требованиями был неизбежен. Активной стороной производственного конфликта выступало, в данной ситуации, правительство.

В качестве примера забастовок этого периода можно привести первую крупную забастовку в истории нашей страны, которая проходила в 1991 г. и провели ее недовольные работники на нескольких шахтах г. Кузбасса и г. Донбасса. В конце марта 1991 г. забастовкой были охвачены 220 тыс. шахтеров из 217 шахт, что составило 37 % от всего числа шахт по данным Независимого профсоюза горняков. Ущерб составил 250 млн р. Остановились 24 промышленных предприятия. Шахтеры впервые озвучили политические требования, а именно отставки всего кабинета министров и самого президента СССР. Борис Ельцин, который на тот момент был Председателем Верховного Совета РСФСР, обещает взять под личную ответственность угольную промышленность. 10 мая 1991 г. совет забастовочных комитетов решает остановить акцию протеста. Шахтеры так и не добились отставки правительства и повышения зарплаты в два раза.

Новый подъем забастовочного движения в России наблюдается в 1995–1998 гг. с резким скачком в 1997 г. Пик невыплат заработной платы примерно совпадает по времени с тем, что происходило в тот момент — активными выступлениями бюджетников. В историю этот период вошел как шахтерские «рельсовые войны».

Основными забастовками данного периода являются следующие.

1. 1 февраля 1996 г. прошла российская забастовка горняков, которая была наиболее результативна — правительство выполнило все их требования. Длилась она всего два дня. Ей были охвачены порядка 87 % работников предприятий угольной промышленности. На переговорах с лидерами «Углепрофа» государство в лице премьер-министра России Виктора Черномырдина пообещало налоговые льготы — разрешалось до 50 % всех заработанных средств направлять в фонд заработной платы, а также множество других социальных бонусов.

Для выполнения взятых на себя обязательств, правительству пришлось брать кредиты за рубежом. Время проведения забастовки шахтеры выбрали удачно, так как в июне должны были пройти выборы президента.

2. 13 января 1997 г. была организована первая крупная забастовка учителей, которая продолжалась четыре дня. В ней приняли участия 511 тыс. учителей

из 11 тыс. школ, остановивших свою работу. Задолженность по зарплате составила около 9,7 трлн р. Однако забастовка потерпела фиаско — только 22 региона частично погасили долги по зарплате. В Брянской области активисты лишились работы. Саратовская администрация поступила жестче: зарплату выдала только тем, кто участвовал в забастовке. Небольшие очаги протеста педагогов вспыхивали по всей стране в течение года без какого-либо результата. К 1 сентября 2007 г. долг по зарплате только вырос — до 10 трлн р.

3. 13 мая 1998 г. в г. Инты шахтеры перекрыли железнодорожную магистраль Москва — Воркута. Была заблокирована Транссибирская магистраль, а в итоге к 22 мая — все крупные магистрали страны. Запад и восток страны были отрезаны друг от друга. 11 июня 180 шахтеров из Воркуты требовали погашения долгов по зарплате в размере 60 млн р. Звучали политические требования — отставка правительства. Шахтеры понемногу стали получать задержанную зарплату, но 17 августа в России грянул экономический кризис. Шахтеры были вынуждены разблокировать дороги.

4. Захват рабочими Выборгского ЦБК — установление рабочей власти на Выборгском целлюлозно-бумажном комбинате, которое произошло 6 марта 1998 г. Захват был вызван многомесячной невыплатой зарплаты. Никакой другой работы в городе не было. Люди падали в голодный обморок. До социального взрыва не хватало лишь искры. Это был первый случай, когда рабочие не просто взяли власть на предприятии в свои руки, но и сумели наладить его успешную работу в течение длительного времени. Всего комбинат проработал под контролем трудового коллектива почти два года — с 6 марта 1998 г. по 18 января 2000 г.

Право на забастовку оказалось сильно урезанным после того, как в 2002 г. вступил в силу новый Трудовой кодекс, который усложнил и без того бюрократизированную процедуру. Это стало причиной того, что работники стали устраивать иные акции протеста или бастовать без соблюдения правил. Так как статистикой эти забастовки не учитывались, то и показатели забастовочной активности резко улучшились. Таким образом, большинство реальных корпоративных конфликтов, проходивших в 2000-х гг. в России, в статистическую отчетность не попадали.

5. В ноябре 2002 г. прошла крупнейшая акция протеста работников авиационной отрасли, в которой приняли участие около 1 тыс. чел. Участникам пришлось срывать работу различными способами, так как суд запретил работникам транспорта организовывать ее. Кто-то ушел на больничный, кто-то объявил голодовку. Врач не имеет права голодающего сотрудника допустить к работе, поэтому перед каждой сменой диспетчеры проходили медкомиссию. Все это привело к остановке на несколько дней работы 40 аэропортов в России. Они требовали повышения зарплаты на 100 % при окладе 8 тыс. р., что выше средней зарплаты по стране. Стороны сошлись на 30-процентном увеличении ежемесячного дохода, потому что Минтранс не мог пойти на такие уступки. Позднее во многих городах суды признали незаконной акцию диспетчеров, но результатов забастовки это не отменило.

В 2004–2005 гг. по сравнению с 2003 г. число бастующих в момент нового всплеска забастовочной активности выросло более чем в 30 раз. Причиной данного всплеска стало принятие 122-го закона о монетизации льгот и осуществление сопряженных с ней изменений в бюджетной сфере. «Отмена» льгот стала причиной протестов пенсионеров, инвалидов, ветеранов и других льготников из-за увеличения тарифов на оплату услуг, особенно ЖКХ.

Сложилась интересная ситуация: если в 90-е гг. забастовки устраивали работники бюджетных организаций и государственных предприятий и их требования были адресованы правительству, в 2000-е гг. конфликты носили экономический характер и были связаны с обычным бизнесом, то сейчас общественное недовольство уже имеет как экономическую, так и политическую причину.

Основными забастовками 2005–2008 гг. являются следующие:

1. В г. Всеволожске на заводе «Форд» с 23 ноября по 17 декабря 2007 г. проходила одна из первых российских забастовок, организованная по западному образцу с заранее заготовленным планом и составленным графиком переговоров профсоюзных лидеров с руководством. В акции протеста приняли участие 1,5 тыс. чел. из 2,2 тыс. В итоге на заводе был остановлен конвейер. Убытки составили 5 млн дол. и не выпущен был 271 автомобиль. В зависимости от грейда рабочего бастующие добились увеличения зарплаты на 16–21 %. Средняя ставка составила 25,5 тыс. р. Акции протеста в России начали приобретать цивилизованный характер.

2. 27 марта 2008 г. компания «Севуралбокситруда» (СУБР), управляющая шахтой «Красная шапочка», столкнулась с забастовкой 107 горняков, отказавшихся выходить на поверхность в течение 19 дней. Они требовали увеличения заработка с 17 до 25 тыс. р., возврата социального пакета, установления районного коэффициента 1,3. Однако бастующие так и не дождались послаблений от руководства. Тогда 85 чел. объявили голодовку. Холдинговая компания «Русал», владеющая СУБР, согласилась удовлетворить все требования, кроме повышения зарплаты, после чего горняки вышли на поверхность. Забастовка была окончена поражением коллектива, так как рабочие действовали юридически неграмотно (24 апреля Свердловский суд акцию протеста признал незаконной), что позволило «Русалу» не выполнять требования горняков.

3. 2009 г., г. Пикалево. Из-за кризиса в 22-тысячном городе безработными оказалось около трети населения, что стало причиной выступления в Ленинградской области. 15 мая в городе были отключены отопление и горячая вода. 2 июня 250 протестующих жителей города перекрыли федеральную трассу Новая Лагода — Вологда. Для разрешения этого конфликта лично приехал премьер-министр Владимир Путин. Не одобряя действий протестантов, он заставил собственников выплатить все долги по зарплате и запустить три градообразующих предприятия.

Отличительные черты забастовок 2005–2008 гг. состоят в следующем:

1. Изменяется характер выдвигаемых требований. Теперь на передний план выходят требования экономического характера.

2. Изменяется основной контрагент в трудовых конфликтах. Теперь основным противником профсоюзов являются работодатели, когда как в предыдущий период требования выдвигались властным структурам разного уровня.

3. Забастовочные действия носили организованный, а не стихийный характер. Инициатива исходила от первичных, а не от национальных организаций.

4. Забастовки того периода остановили тенденцию к политизации конфликтов.

На сегодняшний день, несмотря на отрицательные официальные данные статистического ведомства, в России протестные и забастовочные движения набирают оборот. Более того, за последний год количество акций протестов и забастовок резко увеличилось. Это связано в первую очередь с проведением непопулярных реформ, в особенности пенсионной реформы, которая подрывает позиции трудящихся на рынке труда и дискредитирует молодых работников по отношению к старшему поколению. Лидерами этого протеста были как низовые, так и национальные профсоюзные организации, а также политические партии, такие как «Конфедерация труда России», «Коммунистическая партия Российской Федерации», «Справедливая Россия» и т.д. Все это происходит на фоне продолжающегося ухудшения экономической ситуации в стране, когда в 2014 г. началась новая волна кризиса.

Основными результатами забастовочного движения трудящихся явились следующие особенности.

Правительство предлагало в 2016 г. повысить минимальный размер оплаты труда (МРОТ) только один раз (с 1 января) и всего на 4 % (до 6 204 р.). Профсоюзы добились того, что МРОТ в 2016 г. был повышен дважды: с 1 января на 4 % и с 1 июля на 21 % (до 7 500 р.).

Правительство предлагало платить пособие по временной нетрудоспособности в полном объеме только тем, кто отработал не менее 15 лет. Кроме того, отменить оплату первого дня больничного. Профсоюзы добились того, что «стажевой порог» больничных листов остался прежним: работник, имеющий стаж до пяти лет, при выходе на больничный получает 60 % среднемесячного заработка, со стажем 5–8 лет — 80 %, а больше 8 лет — 100 %. Больничный оплачивается с первого дня.

Правительство предлагало сократить количество пунктов, по которым условия труда при проверке признаются вредными: в результате работники теряют право на гарантии и компенсации. Профсоюзы добились того, что в методику проведения спецоценки условий труда включены изменения, которые сохраняют право работников на компенсацию. Например, профсоюз здравоохранения вернул биологические факторы в оценку вредности рабочих мест в медицине. Работа продолжается.

Постановление правительства РФ № 578 ужесточило требования к присвоению звания «Ветеран труда», которое предусматривает дополнительные льготы и гарантии. Профсоюзные организации добились того, чтобы в документ внесли поправку, согласно которой в комиссию по наградам включается представитель выборного профсоюзного органа. В настоящий момент идет борьба за то, чтобы к этому пункту подход был не формальным, а серьезным.

Правительство предлагало отменить пенсию (или ее фиксированную часть) работающим пенсионерам с учетом размера их дохода. Итог: пенсия всем работающим пенсионерам сохранена.

Правительство предлагало лишить досрочных пенсий тех, кто имеет на них право в связи с работой на вредных и опасных предприятиях, но продолжает там трудиться (таких людей почти 40 % от всех «досрочных») Профсоюзы право «вредников» на досрочную пенсию сохранили.

Правительство предлагало постепенно увеличить стаж учителей, медиков и творческих работников, дающий право на досрочную пенсию, с 25 до 40 лет. В итоге досрочные пенсии должны были быть отменены совсем. Профсоюзы добились того, что специальный стаж удалось отстоять на прежнем уровне и другие меры [2].

Таким образом, благодаря высокой забастовочной активности трудящихся корпоративный сектор в России вернул и сохранил значительное количество рабочих мест, что особенно важно для градообразующих предприятий, стал работать более цивилизованно, прислушиваясь и учитывая интересы и потребности, обеспечивая необходимые льготы и гарантии такого важного заинтересованного лица в корпоративном управлении как трудовой коллектив.

### **Список использованной литературы**

1. Россия в цифрах. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b18\\_11/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_11/Main.htm).

2. Середкина И. Чего добились профсоюзы России [Электронный ресурс] / И. Середкина // Солидарность. Центральная профсоюзная газета. — 2017. — 27 июля. — Режим доступа: [https://www.solidarnost.org/articles/Chego\\_dobilis\\_\\_profsoyuzy\\_Rossii.html](https://www.solidarnost.org/articles/Chego_dobilis__profsoyuzy_Rossii.html).

### **Информация об авторах**

*Першин Кирилл Васильевич* — студент, кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: k.pershin96@mail.ru.

*Королева Ирина Борисовна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: fine-1@yandex.ru.

### **Authors**

*Pershin Kirill Vasilyevich* — student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: k.pershin96@mail.ru.

*Korolyoeva Irina Borisovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: fine-1@yandex.ru.

## **РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ КАК ИНСТРУМЕНТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРИВЛЕЧЕНИЯ СРЕДСТВ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Предпринимательская деятельность в современных условиях требует колоссальное количество ресурсов. В России чаще всего применяются традиционные источники финансирования данной деятельности, такие как кредиты и ссуды банков, собственные средства, накапливаемые в фондах предприятий, а также прибыль организации. Обновляемая рыночная система предлагает новые способы привлечения финансовых ресурсов при помощи инструментов рынка ценных бумаг. Применение таких инструментов позволяет экономить имеющиеся финансовые ресурсы предприятий и привлекать дополнительные при низкой их стоимости. Развитие рынка ценных бумаг в России способствует распространению практик применения методов привлечения финансовых ресурсов новыми способами.

*Ключевые слова:* предпринимательская деятельность; ценная бумага; источники финансирования; рынок ценных бумаг; портфель ценных бумаг; инвестирование.

А.И. Mamaeva, A.D. Razumov

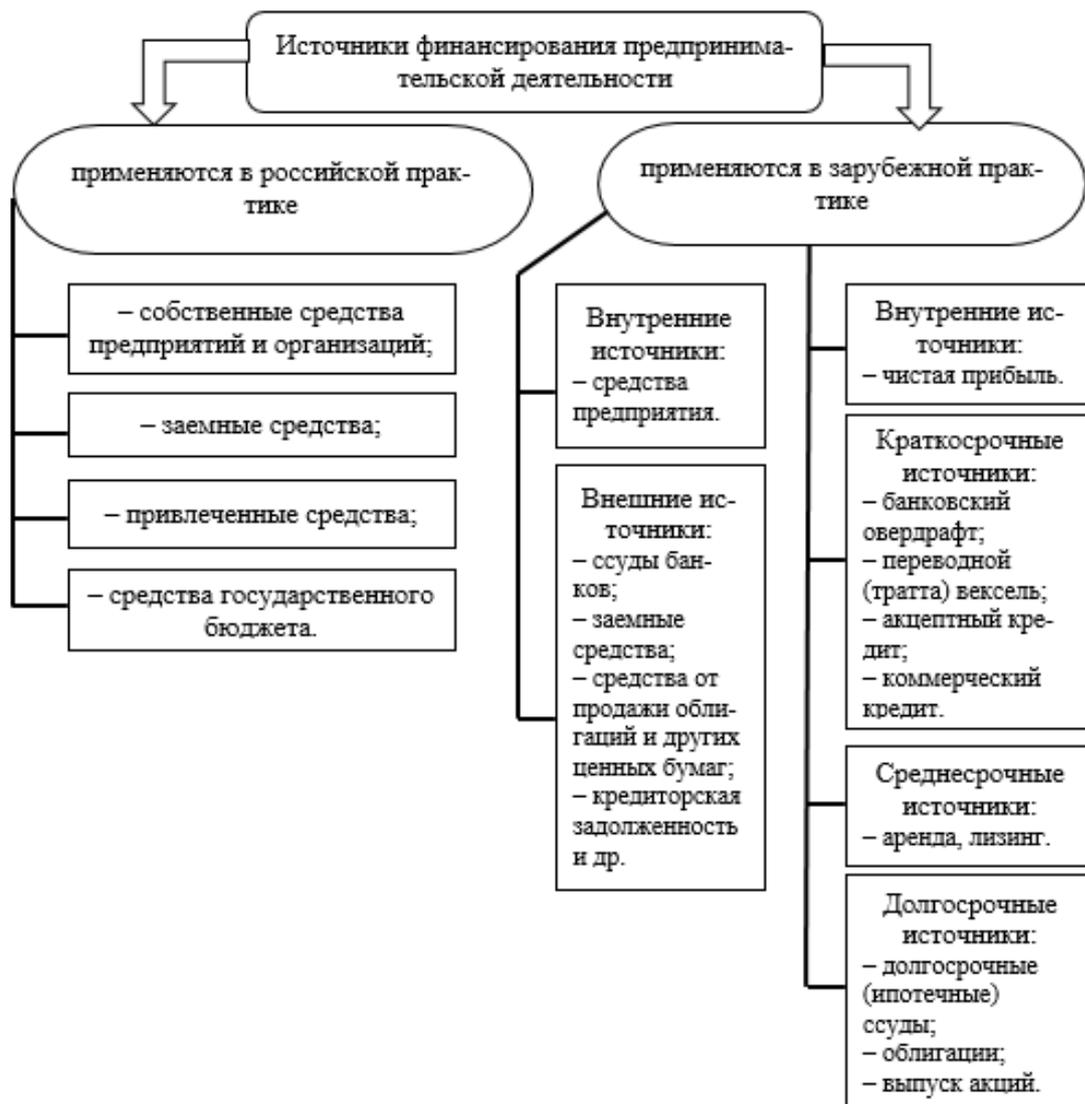
## **THE SECURITIES MARKET AS A TOOL FOR ATTRACTING ADDITIONAL FUNDS IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES**

Business activity in modern conditions requires a huge amount of resources. In Russia, the most commonly used traditional sources of financing for this activity, such as loans and Bank loans, own funds accumulated in the funds of enterprises, as well as the profits of the organization. The updated market system offers new ways to attract financial resources with the help of securities market instruments. The use of such instruments allows to save the available financial resources of enterprises and to attract additional ones at low cost. The development of the securities market in Russia contributes to the spread of practices of methods of attracting financial resources in new ways.

*Keywords:* business activity; security; sources of financing; securities market; securities portfolio; investment.

Процесс осуществления предпринимательской деятельности связан с привлечением средств и использованием собственных финансовых ресурсов. В современных условиях быстро меняющейся рыночной ситуации для поддержки и развития деятельности необходимо правильно использовать собственные финансовые ресурсы и привлекать различные средства для инвестирования. Привлечение инвестиционных средств или просто дополнительных источников финансирования деятельности требует от предпринимателя и его команды знаний в области результативности и обоснованности таких средств.

Источники финансирования предпринимательской деятельности можно представить в виде схемы (рис. 1), где будут отражены подходы к их разграничению как в российской, так и в зарубежной практике.



*Рис. 1. Классификация источников финансирования предпринимательской деятельности по разным моделям*

Классификация источников финансирования по российской модели подразумевает разграничение по принадлежности источников, формируя при этом достаточно обширные группы. В западных моделях преобладают модели, где отдельное место отводится средствам предприятия и его чистой прибыли, при этом особое внимание уделяется источникам, связанным с кредитными организациями и ценными бумагами. Это связано с тем, что за рубежом достаточно активно развивается рынок ценных бумаг. Его инструменты используются для привлечения инвестиций и расширения клиентской базы.

В российской практике предпринимательства зачастую используются традиционные источники финансирования, такие как собственные средства пред-

приятия, кредиты и ссуды банков и других кредитных организаций. Реже используются ценные бумаги в виде векселей, облигаций и акций. Активными пользователями таких инструментов являются крупные компании, которые выводят свои ценные бумаги на биржевой рынок путем процедуры листинга. В последнее время постепенно увеличивается число пользователей инструментами рынка ценных бумаг, так как предприниматели обращаются за финансовыми ресурсами в венчурные фонды, которые в свою очередь производят финансирование за определенный размер доли. Эта доля, как правило, выражается в количестве выпущенных акций. Выпускаемые акции могут обращаться на внебиржевом рынке, привлекая новых инвесторов и клиентов для предприятия.

Кроме того, в качестве дополнительного получения средств в предпринимательской деятельности могут служить финансовые вложения в ценные бумаги других организаций. В соответствии с преследуемыми целями возможно сформировать портфель ценных бумаг. При этом будет обеспечена доходность и оптимальный уровень риска. Брокерские компании предлагают широкий спектр услуг в этой области. Диверсифицированный портфель ценных бумаг и оперативное управление им позволят получать дополнительный доход предприятию, который может быть использован на инвестиционные цели, погашение кредиторской задолженности и др.

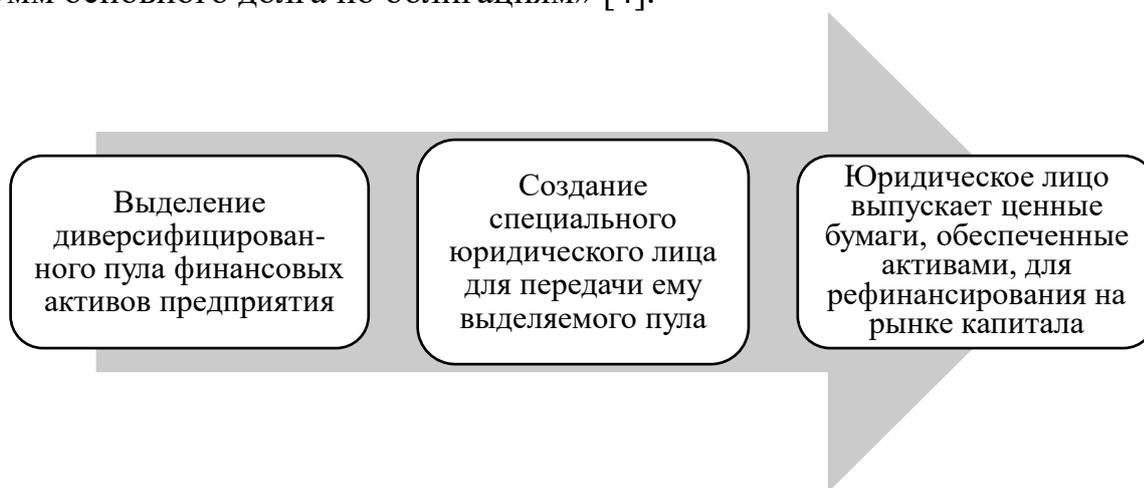
Новый для российского рынка вид доходных вложений представляет собой инвестиции в арт-объекты. Оценка арт-активов, как объекта инвестиций для принятия обоснованных решений, проводится при помощи специальных инструментов, так как каждый предмет искусства уникален, а его стоимость складывается из объективных и субъективных факторов. Методы фундаментального финансового анализа не всегда помогают определить справедливую финансовую стоимость того или иного предмета искусства, вследствие неопределенности в отношении терминальной стоимости и ожиданий рынка от владения предметом искусства. Кроме того, рынку арт-объектов присущ конфликт интересов, который отсутствует на традиционных инвестиционных рынках.

Информация о размере и доходности операций по предоставлению финансовых услуг на рынке предметов искусства — разрознена. Оценить размер этого рынка очень сложно. По оценкам экспертов, годовой оборот мирового арт-рынка по состоянию на 2017 г. составляет 63,7 млрд дол. [1]. Потенциальная емкость российского арт-рынка оценивается специалистами в 4 млрд дол.

Другой вид привлечения средств, связанный с рынком ценных бумаг, — секьюритизация активов. Он представляет собой инновационный способ привлечения финансирования, который можно представить в виде схемы (рис. 2).

«В результате происходит превращение малоликвидного, не обращающегося на рынке имущества в форму финансовых инструментов денежного рынка или рынка капиталов. С практической точки зрения не существует ограничений для видов активов, которые могут быть использованы в сделках секьюритизации. Такие активы, однако, должны отвечать ряду обязательных принципиальных требований: быть однородными, генерировать вычисляемые и прогнозируемые денежные потоки, а также обладать возможностью юридического отделения от

оригинатора. Кроме того, существует ряд дополнительных рекомендуемых характеристик активов, соблюдение которых обеспечивает преимущество конкретной сделки для потенциальных инвесторов. В роли таких активов могут выступать потребительские, коммерческие и ипотечные кредиты, будущие платежи по кредитным картам, лизинговые платежи, диверсифицированные платежные права, будущие роуминговые платежи, платежи по экспортным контрактам и многие другие активы и имущественные права. Обобщенная схема секьюритизации активов выглядит следующим образом: компания, создавшая или купившая активы, формирует из них однородный портфель и уступает его (или предоставляет его в залог) специально созданному юридическому лицу, которое финансирует инвесторам эту покупку (или заем, обеспеченный залогом) путем выпуска и продажи облигаций, обеспеченных активами. При этом денежные поступления от должников по активам используются для обслуживания выплат процентов и сумм основного долга по облигациям» [4].



*Рис. 2. Общий порядок секьюритизации активов*

Размещение ценных бумаг на рынке капитала при помощи секьюритизации дает возможность предприятиям не только избавиться от низколиквидных активов и производить их рефинансирование, но и привлечь новых инвесторов и клиентов. Обращение ценных бумаг на бирже и вне ее достаточно широко распространено в зарубежных странах. Предприниматели в России не слишком активно включаются в данный процесс. Это связано, во-первых, с недостаточностью знаний финансовых управляющих в области новых инструментов привлечения средств финансирования, во-вторых, выпуск ценных бумаг и вывод их на биржу связан с финансовыми тратами, которые имеют значительный объем, и не каждый предприниматель согласится затратить значительную сумму денежных средств для привлечения инвестиций в будущем.

Привлечение дополнительных средств для финансирования предпринимательской деятельности при помощи инструментов рынка ценных бумаг является перспективным, при этом имея как плюсы, так и минусы. К плюсам можно отнести масштабность привлечения средств, открытие новых путей развития и реализации продукции. К минусам можно отнести имеющиеся риски, присущие

ценным бумагам и всему фондовому рынку. В современных условиях зависимость мировой экономики от политических решений несколько отрицательно сказывается на всех рыночных инструментах. Тем не менее, в условиях санкционной политики в российской экономике наблюдается постепенный рост, который затрагивает и рынок ценных бумаг в том числе. Внедрение новых финансовых инструментов в предпринимательскую деятельность становится необходимым для достаточности ее финансирования.

### Список использованной литературы

1. База данных и аналитика российского современного искусства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://in-art.ru/news/press-review/oborot-mirovogo-art-rynka-v-2017-godu-dostig-63-7-mlrd>.
2. Богданов В. Рынок русского искусства — 2017. Итоги и статистика [Электронный ресурс] / В. Богданов // Артинвестмент. — 2018. — Режим доступа: <https://artinvestment.ru/russian-art-market-reports/2017.html>.
3. Бэр Х.П. Секьюритизация активов / Х.П. Бэр. — М. : Волтерс Клувер, 2006. — 276 с.
4. Сеницын А.В. Секьюритизация активов [Электронный ресурс] / А.В. Сеницын // Российское предпринимательство. — 2009. — № 4 (1). — Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/lib/5299>.

### Информация об авторах

*Мамаева Алена Игоревна* — ассистент, кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа, Институт экономики, управления и прикладной информатики, Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, пос. Молодежный; e-mail: [tera2805@mail.ru](mailto:tera2805@mail.ru).

*Разумов Артем Дмитриевич* — студент, кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа, Институт экономики, управления и прикладной информатики, Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, пос. Молодежный; e-mail: [tera2805@mail.ru](mailto:tera2805@mail.ru).

### Authors

*Mamaeva Alena Igorevna* — assistant, Department of Finance, accounting and analysis, Institute of Economics, management and applied Informatics, Irkutsk State Agrarian University A.A. Izhevskogo, Molodezhnyy; e-mail: [tera2805@mail.ru](mailto:tera2805@mail.ru).

*Razumov Artem Dmitrievich* — student, Department of Finance, accounting and analysis, Institute of Economics, management and applied Informatics, Irkutsk State Agrarian University A.A. Izhevskogo, Molodezhnyy; e-mail: [tera2805@mail.ru](mailto:tera2805@mail.ru).

**А.П. Шагунов, А.А. Масовец, Ю.А. Скоробогатова**

## **СПЕЦИФИКА СОЗДАНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ ИХ РАЗВИТИЯ**

Пищевая промышленность с давних времен играет важную роль в экономике стран и жизни общества. Ее постоянная актуальность обусловлена основной и неизменной потребностью человека в продуктах питания. Но, несмотря на свою продолжительную историю, в современном мире пищевая промышленность не стоит на месте, а продолжает развиваться. В пищевой промышленности ведут свою деятельность множество различных предприятий, в том числе относящиеся к малому предпринимательству. В данной статье рассмотрены ключевые особенности создания малых предприятий в пищевой промышленности и ключевые тренды их развития в Иркутской области за последние семь лет.

*Ключевые слова:* малое предпринимательство; пищевая промышленность; Иркутская область; создание малого предприятия; тренды развития.

**A.P. Shagunov, A.A. Masovets, Yu.A. Skorobogatova**

## **SPECIFICITY OF CREATURE OF SMALL BUSINESS IN THE FOOD INDUSTRY AND MAIN TRENDS OF THEIR DEVELOPMENT**

Food industry has long played an important role in the economies of countries and society. It's constant significance is due to the basic and unchanging human need for food. But, despite its long history, in the modern world the food industry doesn't stand still, but continues to evolve. Many enterprises work in the food industry, including small businesses. This article reviewed main features of creation of small enterprises in the food industry and trends of their development in the Irkutsk region over the past seven years.

*Keywords:* small business; food industry; Irkutsk region; creation of small enterprise; trends of development.

Пищевая промышленность является главенствующей среди отраслевой промышленности. Ее важность заключается в том, что именно тут происходит производство продуктов питания, удовлетворяющих первостепенную потребность населения страны.

Созданию любого предприятия всегда должен предшествовать анализ выбранной сферы деятельности. Пищевая промышленность входит в состав агропромышленного комплекса, так как неразрывно связана с сельским хозяйством, которое служит источником сырья для последующей его переработки. Она включает в себя производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий. Согласно Международной стандартной отраслевой классификации, производство пищевых продуктов, наряду с производством напитков и табачных изделий относится к разделу обрабатывающей промышленности. Производство пищевых продуктов представлено 13 отраслями, которые существуют и в Иркутской области:

- мясная промышленность;
- рыбная промышленность;
- фрукто- и овощеперерабатывающая промышленность;
- масложировая промышленность;
- молочная промышленность;
- мукомольная промышленность;
- крахмальная промышленность;
- хлебобулочная промышленность;
- сахарная промышленность;
- кондитерская промышленность;
- макаронная промышленность;
- производство готовых к употреблению блюд;
- производство кормов для животных.

Для анализа деятельности малых предприятий в пищевой промышленности и определения трендов их развития рассмотрим их основные показатели, представленные в **Ошибка! Источник ссылки не найден.**таблице [2].

**Основные показатели деятельности малых предприятий  
пищевой промышленности Иркутской области с 2012 по 2018 г.**

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 (январь — октябрь)
Количество предприятий	221	280	281	355	360	434	503
Доля в общей численности МП, %	0,89	0,96	0,98	1,03	0,94	0,97	0,99
Оборот, тыс. р.	3 275 516	4 084 272	4 189 949	5 566 338	5 118 661	5 302 365	5 436 181
Доля в общем обороте всех МП, %	0,88	1,06	1,07	1,07	0,97	0,99	1,07
Среднесписочная численность работников, чел.	3 205	3 353	3 042	3 833	2 902	3 063	3 276

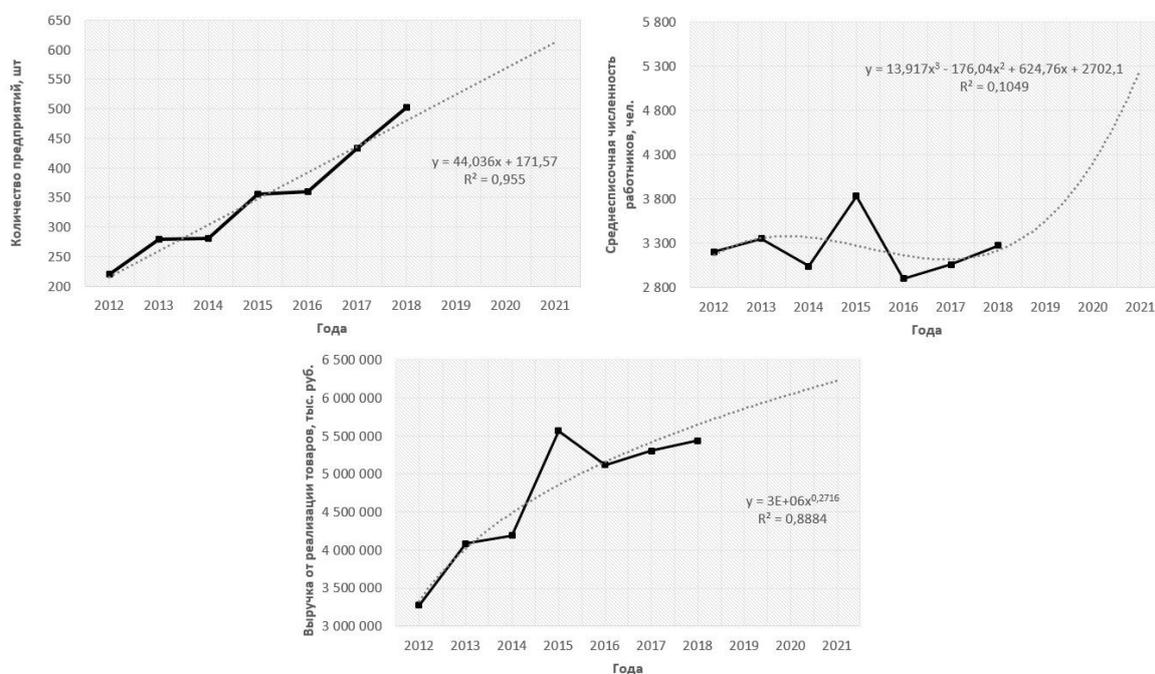
Исходя из данных, представленных в таблице, можно сделать вывод о том, что количество малых предприятий в пищевой промышленности непрерывно возрастает. За семь лет оно увеличилось в 2,3 раза, однако их доля в общей чис-

ленности малых предприятий была резко снижена в 2016 г. по сравнению с предшествующим годом на 0,09 %, после чего в последующие годы доля начала возрастать и на конец октября 2018 г. составила 0,99 %.

Оборот предприятий рос в период с 2012 по 2016 г., в 2016 г. произошло падение на 8,04 %, а в 2017 г. оборот снова увеличился на 3,5 %, но оставался на уровне 2017 г. и продолжил расти в 2018 г.

Среднесписочная численность работников, занятых в этой сфере, за анализируемый период была нестабильна, с 2017 г. наблюдается ее рост после резкого сокращения в 2016 г. на 24,3 % по сравнению с предыдущим годом, но в 2018 г. этот показатель находится на уровне 2012–2013 гг.

На основе этих наблюдений можно увидеть, что малые предприятия пищевой промышленности в Иркутской области в 2016 г. переживали значительный спад. Но с 2017 г. отмечается рост всех базовых показателей. Эти тенденции роста сохраняются на среднесрочную перспективу, что подтверждается прогнозами (рис.).



### *Прогнозы показателей деятельности малых предприятий пищевой промышленности*

Пищевая продукция является товаром повседневного спроса. Это значит, что почти все население Иркутской области можно отнести к потенциальным потребителям. Но численность всего населения области на протяжении 27 лет имеет тенденцию к снижению. Снижение численности населения приводит к снижению числа потребителей, а следовательно, и спроса на товар. Такая тенденция негативно сказывается на развитии всей области, и в том числе развитии пищевой промышленности.

Еще одним индикатором, на который можно ориентироваться при анализе пищевой промышленности, служит уровень реальных доходов населения. За период с 2014 по 2017 г. наблюдалось снижение реальных доходов населения,

только в начале 2018 г. удалось остановить это падение. Но если данная тенденция вновь возобновится, то это негативно отразится на предприятиях пищевой промышленности, деятельность которых не связана с производством самых необходимых и востребованных продуктов.

Пищевая промышленность является потенциально выгодной сферой для вложения капитала. Войти в нее не так сложно, но имеется ряд своих особенностей.

Одним из важнейших факторов успешной деятельности вновь создаваемого и уже действующего предприятия пищевой промышленности является производство по-настоящему качественной продукции. Это становится возможно за счет четкого следования рецептуре, использования качественного сырья и дорогостоящего специализированного технологического оборудования. Отсюда вытекает необходимость разработки ассортимента и рецептуры продукции, а также необходимость больших капиталовложений, что представляет проблему для малых предприятий [1].

Пищевая промышленность тесно связана с сельским хозяйством, так как оно является главнейшим источником сырья для всех отраслей. Для малых предприятий пищевой промышленности прямое сотрудничество с сельскохозяйственными предприятиями дает возможность скорейшего получения качественного и свежего сырья, а также исключает издержки, связанные с посредниками между ними.

Еще одна особенность — необходимость следования строгим санитарным правилам и нормам (СанПиН) и прохождения проверок Роспотребнадзора при регистрации и затем раз в три года.

Также необходимо учитывать требования к технике безопасности и опасное влияние пищевого производства на здоровье человека. Это отражается в виде обязательных взносов на страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

Другой особенностью малых предприятий как таковых выступает то, что они ориентированы на региональный рынок. Продукция редко вывозится дальше соседних регионов из-за больших транспортных расходов и небольшого масштаба деятельности.

С этим связан и высокий уровень конкуренции как между местными предприятиями, так и крупными, поставляющими свою продукцию в Иркутскую область. Но из-за преобладания на местном рынке малых и средних предприятий ни одно из них не обладает настолько большой долей рынка, чтобы в значительной степени влиять на отрасль в целом. Также росту конкуренции способствует несложный выход на рынок, т.е. велика вероятность появления новых предприятий.

К прочим проблемам предприятий пищевой промышленности Иркутской области также относятся проблемы, которые характерны для большинства малых предприятий в России:

- до сих пор сохраняющиеся административные барьеры;
- слабое развитие финансовых и кредитных способов поддержки развития малого предпринимательства;
- несовершенство законодательной базы, противоречия в налоговом законодательстве;

- бюрократизация органов власти, учета деятельности организации;
- нехватка инвестиций и, как следствие, слабое материально-техническое обеспечение.

Для укрепления своих позиций предприятиям необходимо постоянно находиться в поисках способов снижения себестоимости своей продукции, например, через использование более дешевого сырья и рабочей силы, но при этом нужно стараться сохранить на должном уровне такой важный параметр, как качество продукции; расширять и оптимизировать свой ассортимент; использовать маркетинговые приемы для продвижения товаров и выхода на новые рынки сбыта.

Малые предприятия пищевой промышленности стараются вести активную политику по стимулированию продаж. Это связано с тем, что зачастую предприятия работают со скоропортящимися продуктами, которые нужно как можно скорее реализовать. Для этого они используют различные ценовые и неценовые методы. К основным ценовым методам можно отнести установление скидок, дифференцированных, льготных цен на продукцию, а также сниженных цен на продукцию с истекающим сроком годности. К неценовым — проведение дегустаций, конкурсов, мастер-классов, выполнение индивидуальных заказов [1].

В пищевой промышленности существуют свои внутренние и внешние риски, которые лишь усиливаются на малых предприятиях. Внутренними рисками могут послужить выведение из строя производственного помещения, травматизм, поломка оборудования, а оно играет очень важную роль в процессе производства. Внешними рисками могут стать увеличение налоговой нагрузки, рост цен на сырье и топливо, недобросовестность сотрудников и поставщиков. Для минимизации отрицательного воздействия рисков, нужно заниматься их своевременным выявлением и устранением.

Таким образом, при планировании создания малого предприятия в пищевой промышленности нужно учитывать следующие факторы:

- необходимость выбора ассортимента продукции и создания технологических карт, рецептур с подробными расчетами количества необходимого сырья;
- необходимость подбора специализированного технологического оборудования с учетом выбранных видов продукции и необходимых мощностей;
- необходимость разработки плана продаж с привязкой к производственным мощностям и с ориентацией на постоянное стимулирование продаж. Это особенно актуально для предприятий, занимающихся скоропортящимися продуктами;
- необходимость следования СанПиН, технике безопасности, совершения соответствующих страховых взносов;
- необходимость отслеживания внешних и внутренних рисков пищевого производства.

### **Список использованной литературы**

1. Епанчинцев В.Ю. Методические аспекты бизнес-планирования малого предприятия в пищевой промышленности [Электронный ресурс] / В.Ю. Епанчинцев, А.А. Агафонова, Е.А. Зиновьев // Омский государственный аграрный

университет им. П.А. Столыпина. — 2018. — № 1 (29) — С. 134–141. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32728767>.

2. Муравьев Л.Г. Специфика развития малого предпринимательства в пищевой промышленности Сахалинской области [Электронный ресурс] / Л.Г. Муравьев // ТДР. — 2009. — № 1 — С. 88–91. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-razvitiya-malogo-predprinimatelstva-v-pischevoy-promyshlennosti-sahalinskoj-oblasti>.

3. Регионы России. Социально-экономические показатели [Электронный ресурс] : информ.-стат. сайт. — Режим доступа: [http://irkutskstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/irkutskstat/ru/statistics/enterprises/small\\_and\\_medium\\_enterprises/1334e1804de802e9be82ff0d534aab22](http://irkutskstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/irkutskstat/ru/statistics/enterprises/small_and_medium_enterprises/1334e1804de802e9be82ff0d534aab22).

### **Информация об авторах**

*Шагунов Александр Павлович* — студент, кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [shagunoff@yandex.ru](mailto:shagunoff@yandex.ru).

*Масовец Анна Андреевна* — студент, кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [anna.masovecz.98@mail.ru](mailto:anna.masovecz.98@mail.ru).

*Скоробогатова Юлия Александровна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [skorobogatovaya@bgu.ru](mailto:skorobogatovaya@bgu.ru).

### **Authors**

*Shagunov Aleksandr Pavlovich* — student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [shagunoff@yandex.ru](mailto:shagunoff@yandex.ru).

*Masovets Anna Andreevna* — student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [anna.masovecz.98@mail.ru](mailto:anna.masovecz.98@mail.ru).

*Skorobogatova Yuliya Aleksandrovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [skorobogatovaya@bgu.ru](mailto:skorobogatovaya@bgu.ru).

## **АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БАЙКАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ СИЛАМИ МОЛОДЕЖИ**

Технологическое предпринимательство в современной экономике является флагманом социально-экономического развития государства и его регионов. Международная конкуренция в сфере научно-технического прогресса определяет обороноспособность и экономическую безопасность страны. Роль молодежного технологического предпринимательства в новаторских процессах регионального социально-экономического развития невозможно переоценить. Интеллектуальная активность и креативность мышления наиболее высока именно в молодом возрасте. Байкальский регион обладает собственной спецификой в аспектах технологического развития. Ресурсно-сырьевая промышленная ориентированность экономики Байкальского региона, его рекреационный потенциал и экологические ограничения определяют приоритетные направления инновационного технологического предпринимательства, которые доступны и актуальны для молодежной среды.

*Ключевые слова:* технологии; инновации; предпринимательство; молодежь; регион; социально-экономическое развитие.

**A.V. Samarukha**

## **THE RELEVANT DIRECTIONS OF DEVELOPMENT TECHNOLOGICAL BUSINESS IN THE BAIKAL REGION BY FORCES OF YOUTH**

Technological business in modern economy is a leader of social and economic development of the state and its regions. The international competition in the sphere of scientific and technical progress defines defense capability and economic security of the country. The role of youth technological business in innovative processes of regional social and economic development can't be overestimated. The intellectual activity and creativity of thinking is highest at young age. The Baikal region has own specifics in aspects of technological development. The resource and raw industrial orientation of economy of the Baikal region, his recreational potential and ecological restrictions define the priority directions of innovative technological business which are available and relevant for young people.

*Keywords:* technologies; innovations; business; youth; region; social and economic development.

Современное общественное социально-экономическое развитие как на международном, так и на государственном и местном уровнях напрямую зависит от уровня развития научно-технического прогресса и технико-технологического уклада экономики. Соперничество в сфере идей, предпринимательская и промышленная готовность к их реализации определяют конкурентоспособность экономики и обороноспособность страны на долгосрочную перспективу. В этой

связи, именно целеустремленность молодых поколений общества играет ключевую роль и высокое значение для общегосударственного и регионального социально-экономического и экологического развития и международной конкурентоспособности.

Наиболее активным в этих аспектах направлением экономической деятельности является технологическое предпринимательство. Преимуществом молодежи в предпринимательстве является наличие новаторских идей и высокая креативность мышления. Каждый регион, в частности Байкальский, обладает собственной спецификой технологического развития, что связано с экономической специализацией, экологическими ограничениями и доступными возможными перспективами.

Байкальский регион и входящие в его состав Иркутская область, Республика Бурятия и Забайкальский край в основном имеют ресурсно-сырьевую направленность крупной промышленности, высокие экологические ограничения и связанную с этим ориентированность экономики на раскрытие туристско-рекреационного потенциала, сельское хозяйство и инновационное технологическое предпринимательство.

Для молодежной среды актуальными, на наш взгляд, в этих условиях являются: малое технологическое производственное и сельскохозяйственное предпринимательство, техно-экологический (эко-технологический) туризм, инновационные виды рекреации и экологический инжиниринг (эко-инжиниринг).

Технологическое предпринимательство — создание нового бизнеса, в основу устойчивого конкурентного преимущества которого положена инновационная высокотехнологичная (наукоемкая) идея [1].

В соответствии с таким прочтением, техно-экологический туризм — это форма технологического предпринимательства, направленная на экологическую очистку и восстановление территории с применением высоких технологий на основе организации специфических туристических маршрутов.

Инновационно-рекреационное предпринимательство — это деятельность по организации высокотехнологической медицинской помощи и реабилитации на удаленных рекреационных территориях — в природных лесных заповедниках, в горных областях и на удаленных водоемах и реках.

Экологический инжиниринг — это малая производственная деятельность по высоко-технологической утилизации и вторичной переработке твердых, жидких и газообразных отходов промышленного производства и городского хозяйства, включая нефти-шламовые озера, пусто-рудные отвалы, токсичные отходы химической и металлургической промышленности, городские фекальные отстойники, городские и поселковые полигоны твердых бытовых отходов, полимерные отходы транспортной и других отраслей, а также коммерческая очистка воздуха и воды, защита пространства от электромагнитного, ионизирующего и шумового загрязнения.

Технологическое предпринимательство в современном обществе в основном развивается в IT-сфере. Из-за специфики производимых продуктов и услуг — высокоспециализированных знаний в различной форме, — а также используемых

наукоемкими фирмами ресурсов — интеллектуального капитала — «производственные процессы» в них серьезно отличаются от процессов производства материальных продуктов [2, с. 106]. Новые проекты в IT-сфере, как и в производственной, социальной и экологической сферах строятся по принципам стартапа и, как правило, на принципах венчурного финансирования (инвестиционного фондирования и кредитования).

Технологическое предпринимательство, по мнению профессора Школы бизнеса и сотрудника Отдела системного проектирования и вычислительной техники Карлтонского университета (Оттава, Канада) Tony Bailetti, существенно отличается от других известных видов предпринимательства, таких как: коммерческое (торговое), социальное, транспортно-логистическое, строительное и других, тем, что создание новых продуктов или услуг в этом случае напрямую связано с использованием новейших научных знаний и/или технологий, правами на которые обладает компания-разработчик [3]. Это утверждение, на наш взгляд, весьма спорно, так как междисциплинарное применение новейших технологий позволяет перевести любой вид предпринимательства в технологическое.

Активное выделение технологического предпринимательства в самостоятельную отдельную авангардную группу экономических локомотивов произошло сравнительно недавно. Не далее чем в середине 90-х гг. XX в. стали всеобщими знаменитыми, созданные в США, «Кремниевая (силиконовая) долина», сформированная при Стенфордском университете, в г. Сан-Франциско, в штате Калифорния, и «Дорога 128 MIT, Массачусетского технологического института, расположенного в Кембридже, в пригороде Бостона, в штате Массачусетс, в которых беспрецедентно быстро развивались высокотехнологичные производства и активно росло число стартапов.

Технологическое предпринимательство, по мнению многих зарубежных исследователей, таких как Gary P. Pisano — профессора менеджмента и старшего научного сотрудника Гарвардской школы бизнеса (г. Бостон, штат Массачусетс, США), в современной мировой экономике распространено в основном в интернет-индустрии, а также в индустрии разработки программного обеспечения для вычислительных машин, т.е. в тех предпринимательских сферах, в которых новые разработки и изобретения возможно оперативно коммерциализировать. Для успешной реализации такой инновационной кооперации в экономической и социальной сферах необходимо выполнение трех условий:

- возможность трансфера научных достижений в бизнес;
- наличие механизмов венчурного финансирования;
- развитый рынок технологий [4].

В России в качестве «технологической долины» организована инновационная площадка — «Сколково». Кроме того, в каждом крупном и среднем городе организованы бизнес-инкубаторы и технопарки, призванные организовывать и осуществлять технологическое предпринимательство.

Наиболее известными примерами успешных технологических предпринимателей являются: Евгений Валентинович Касперский (Компания АО «Лаборатория Касперского»), Марк Эллиот Цукерберг (Компания Facebook, Inc.), Уильям Генри (Билл) Гейтс (Транснациональная компания Microsoft Corporation),

Стивен Пол (Стив) Джобс (корпорация Apple, Inc и компания киностудия Pixar Animation Studios), Сергей Михайлович Брин и Лоуренс Эдвард (Ларри) Пейдж (поисковая система Google, Inc), Сергей Михайлович Белоусов (Компания Parallels, Inc и Acronis), Джек Патрик Дорси (социальная сеть Twitter, Inc), Ратмир Вильевич Тимашев (Компании Aelita Software, Veeam Software, венчурный фонд АВРТ), Давид Евгеньевич Ян (группа компаний АBBYY).

Активное привлечение именно молодежи к решению проблем развития крупного и малого технологического предпринимательства предопределяет заинтересованность каждого последующего поколения в реализации идеи «устойчивого» — сбалансированного социо-эколого-экономического развития. Свежесть, острота и креативность молодых поколений людей в аспекте активного развития технологического предпринимательства, на наш взгляд, позволяет надеяться на успешное прогрессивное развитие всего общества с обеспечением приемлемых условий жизни для будущих поколений.

Современные передовые научные разработки и технические решения позволяют развивать технологическое предпринимательство в различных сферах деятельности. Однако не все передовые технологические решения возможно считать безопасными или полезными для общества. К спорным, с точки зрения экспертного сообщества, относят генную модификацию продовольственную, а следовательно, растениеводческую, животноводческую и фармацевтическую продукцию, равно как и отдельные эко-технологические биологические решения. Многие из них, по заявлению высококлассных специалистов, отлученных в последствии от большой науки, являются особо опасными для всего человечества технологиями.

Не менее сомнительными признаются нано-технологические решения, так как создают материалы, влекущие нарушение общих гармонических принципов природных процессов преобразования вещества в пространстве, изменяя (ускоряя, замедляя или даже останавливая) естественный ход временных явлений. К таким относят: воздействие на атмосферу химическим загрязнением и ионизирующим излучением в целях контроля за погодой, радиационное облучение продуктов питания в целях дезинфекции, акустическое (инфра и ультра звуковое) воздействие на биологические системы в целях контроля за поведением (насекомых — при борьбе с вредителями и комарами и т.п., животных — при отпугивании бездомных собак и отпугивании птиц у аэропортов и т.п., и даже людей при разгоне мирных демонстраций), а так же воздействие на литосферу и гидросферу планеты различными высокотехнологическими способами, что приводит к искусственным землетрясениям, цунами, наводнениям и т.п.

Также негативные последствия вызывает звуковое массовое воздействие на общество музыкальными произведениями с измененным диапазоном звука (повышение стандарта ноты «ля» с 432 до 440 герц), что негативно влияет на клетки головного мозга, его нейронную структуру и нервную систему человека, и всех живых существ в целом.

Однако именно эти технологии при их разумном и осторожном применении способны производить позитивный эффект в любых отраслях применения.

В экологии давно известен электрический (ионный), электромагнитный, акустический (инфра и ультразвуковой) и гироскопический способы очистки загрязненных стоков вод, выхлопных газов, воздуха и почвы от тяжелых металлов, токсичных соединений и болезнетворных бактерий.

В теплоэнергетике получают развитие альтернативные резонансные и кавитационные технологии вакуумного гидроразрыва (гидра цикло термодинамические генераторы).

В металлургии и машиностроении акустическое и электромагнитное структурирование сплавов и материалов позволяет существенно продлить ресурс изготавливаемых деталей и механизмов.

В сельском хозяйстве (растениеводстве и животноводстве) применение комплекса «умных» акустических (звуковых, инфра и ультразвуковых), тепло-генерационных, тепличных, атмосферных технологий, а также гидропоники и аэропоники, позволяют индивидуально и промышленно не только активно развивать существующие аграрные площади, но и способны позволить стремительно осваивать новые территории и ранее недоступные для сельского хозяйства северные области — вечной мерзлоты.

В транспорте также известны новые решения (мотор-колесо, генератор-колесо, ионный авиадвигатель, электрически гидродинамический двигатель и т.д.), позволяющие при должном активном развитии со стороны, прежде всего, крупных корпораций и инвесторов, а также со стороны малого технологического предпринимательства, обеспечить переход от экологически грязных к экологически безопасным транспортным решениям.

В строительной и других отраслях народного хозяйства, наряду с ранее перечисленными, комплексное применение всех передовых технологических решений способно обеспечить высоко организованное инфраструктурное строительство производственной и жилой территорий, а также формирование информационного общества и прорывной переход на новый технико-технологический уклад экономики.

В целях плодотворного и позитивного немилитаристского развития передовых технологий необходимо, на наш взгляд, активно совершенствовать технико-технологическую культуру общества и, прежде всего, систему школьного, средне-профессионального и высшего образования, что позволит справиться с тяжелыми проблемами социально-экономического развития государств, в частности России и ее регионов, в том числе Байкальского региона, за счет активного развития крупного корпоративного и малого технологического предпринимательства силами молодежи.

### **Список использованной литературы**

1. Барыкин А.Н. Белые пятна теории и практики технологического предпринимательства [Электронный ресурс] / А.Н. Барыкин, В.О. Икрянников // Менеджмент инноваций. — 2010. — № 3 (11). — Режим доступа: <https://grebennikon.ru/cat-j-34-15-3-1-3.html>.

2. Поболь А.И. Теоретические корни концепции наукоемкого предпринимательства / А.И. Поболь // Труды Мин. ин-та упр. и предпринимательства. — 2007. — № 3 (11). — С. 106–112.

3. Bailetti T. Technology Entrepreneurship: Overview, Definition, and Distinctive Aspects [Electronic resource] / Tony Bailetti. — Mode of access: <http://timreview.ca/article/520>.

4. Pisano G.P. Can science be a business? Lessons from biotech [Electronic resource] / G.P. Pisano // Harvard Business Review. — 2006. — Vol. 84 (10). — P. 114–125. — Mode of access: <https://hbr.org/2006/10/can-science-be-a-business-lessons-from-biotech>.

### **Информация об авторе**

*Самаруха Алексей Викторович* — доктор экономических наук, профессор, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [samarukha\\_alex@mail.ru](mailto:samarukha_alex@mail.ru).

### **Author**

*Samarukha Alexey Viktorovich* — Doctor habil. in Economics, Professor, Chair of enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [samarukha\\_alex@mail.ru](mailto:samarukha_alex@mail.ru).

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ НОВАЦИИ РОСТРУДА: ВЫЗОВЫ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

В статье приведен обзор изменений социально-трудовой сферы России, способный стимулировать предпринимателей к более внимательному соблюдению трудового законодательства. В качестве обозначившихся тенденций указывается ужесточение санкций за несоблюдение трудового законодательства, цифровизация трудовых процессов, новые форматы взаимодействия работников и контрольно-надзорных органов через мобильные приложения. Приводится обзор ряда нормативных актов, стимулирующих работодателя к построению внутренней системы трудового комплаенса. Сделан вывод о том, что риски от нарушений будут становиться сопоставимыми с издержками на обеспечение трудового комплаенс-контроля.

*Ключевые слова:* работодатель; трудовое законодательство; риск-ориентированный подход; комплаенс; трудовой спор.

А. V. Skavitin

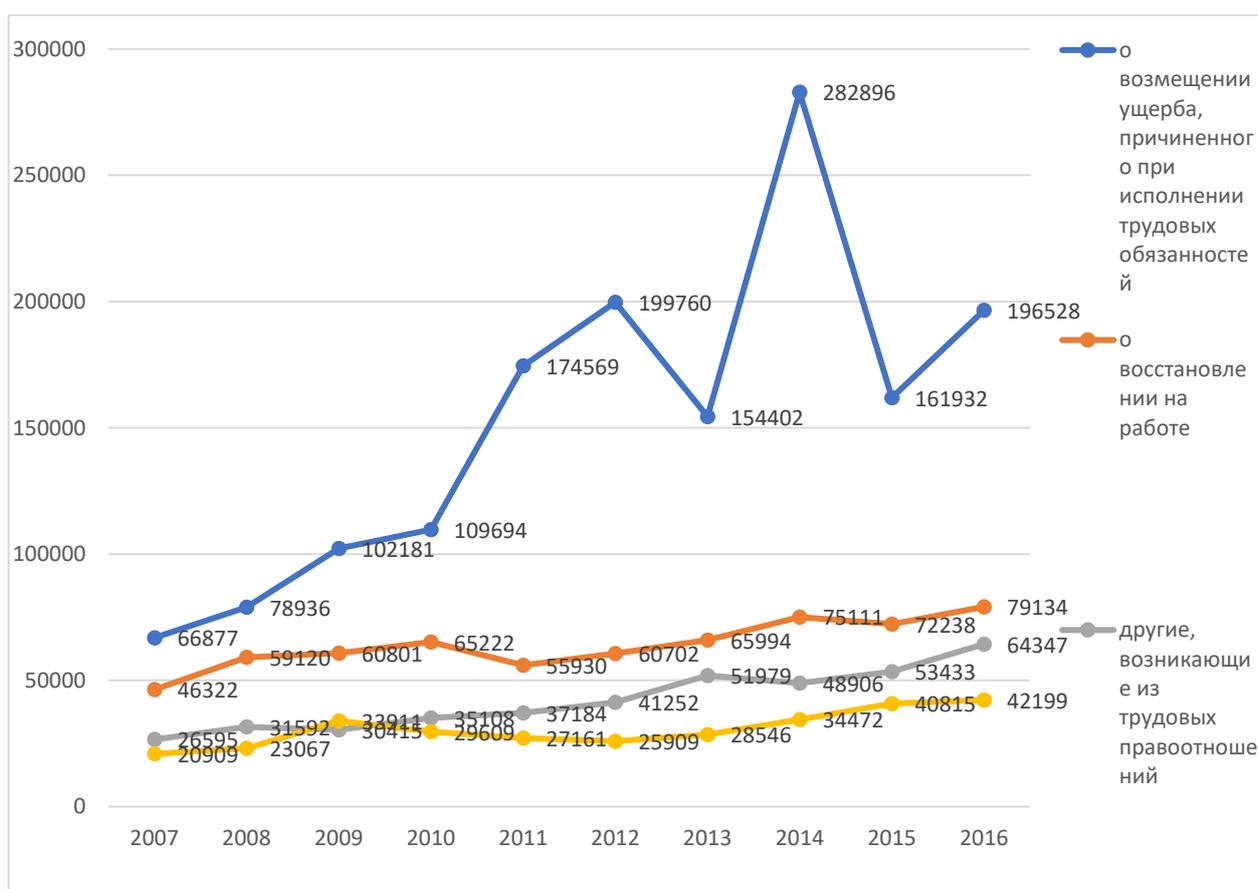
## TECHNOLOGICAL INNOVATIONS OF ROSTRUD: CHALLENGES FOR ENTREPRENEURS

The article provides an overview of changes in the social and labor sphere of Russia, which can stimulate entrepreneurs to more careful compliance with labor legislation. As indicated trends, tougher sanctions for non-compliance with labor legislation, digitalization of labor processes, new formats of interaction between employees and regulatory authorities through mobile applications. A review of a number of regulations that encourage the employer to build an internal system of labor compliance. It is concluded that the risks of violations will become comparable to the costs of labor compliance control.

*Keywords:* employer; labor law; risk-based approach; compliance; labor dispute.

Соблюдение законодательства — понятное для предпринимателей словосочетание, не требующее дополнительных расшифровок. В одном Трудовом кодексе РФ содержится несколько десятков упоминаний о необходимости соблюдения трудового законодательства (соответствия трудовому законодательству). Вместе с тем, в научном и профессиональном обороте отмечается устойчивое использование термина «комплаенс» (от англ. compliance — соответствие, соблюдение) в разнообразных контекстах, как в самом широком смысле, когда речь идет об комплаенс-рисках управленческой деятельности, так и в узких (комплаенс в банковской деятельности; антикоррупционный комплаенс, антимонопольный комплаенс). Трудовой комплаенс можно охарактеризовать, как совокупность мер по обеспечению соответствия деятельности участников трудовых отношений нормативным требованиям [1; 2], в результате которых минимизируются комплаенс-риски для и предупреждаются нарушения трудовых прав работников. «Увлеченность» выстраивания комплаенс-процессов обусловлена вполне

прагматическими причинами. Если риски ответственности за несоблюдение норм и предписаний выше, чем издержки по их недопущению и затраты на построение системы «постоянной готовности», то затраты на комплаенс становятся банально выгоднее, чем юридическая ответственность в виде штрафов или взысканных по суду сумм. Еще недавно опросы работодателей фиксировали мягкость санкций, которые способны применить инспекторы к работодателям-нарушителям [4; 5]. Как следствие, налагаемые штрафы слабо стимулировали менять сложившийся порядок вещей в отношении соблюдения трудового законодательства, особенно в сфере малого бизнеса и на уровне предпринимательской деятельности без образования юридического лица.



*Динамика присужденных к взысканию сумм по трудовым спорам в РФ с 2007 по 2016 г., р., в среднем по одному иску*

Изменения во внешней среде организации постоянно усиливают мотивы, по которым предпринимателям постепенно станет более выгодным выстраивать трудовые процессы не в режиме «от проверки до проверки», а в состоянии постоянной готовности к ним, и, в конечном итоге, к соблюдению норм трудового законодательства. Обозначу лишь ряд таких изменений:

- ужесточение санкций за несоблюдение трудового законодательства;
- цифровизация трудовых процессов;
- технологические новации Роструда;

- внедрение риск-ориентированного подхода при определении объектов проверки контрольно-надзорными органами.

Ужесточение санкций за несоблюдение трудового законодательства. Роль мер административной и уголовной ответственности в отношении нарушений трудового законодательства в последние годы усиливалась и, по-видимому, будет возрастать в дальнейшем. Анализ статистики судебного департамента при Верховном Суде РФ показывает, что за последнее десятилетие средняя цена иска, инициированная по трудовым спорам, имеет тенденцию к постоянному росту по всем категориям трудовых споров [6; 7].

Издержки работодателя от несоблюдения трудового законодательства подтверждает также статистика трудовых споров, разрешаемых в пользу работника. Так, по спорам о взыскании заработной платы вероятность выигрыша работником находится на уровне 90 %; по спорам о восстановлении на работе — на уровне 40-60 % [6; 7].

Цифровизация трудовых процессов. Возникновение такого вида нестандартной занятости, как дистанционный труд, уже привело к появлению в 2013 г. ТК РФ нормы ст. 312.2, в соответствии с которой трудовой договор о дистанционной работе и соглашения об изменении определенных сторонами условий трудового договора о дистанционной работе могут заключаться путем обмена электронными документами. Ранее, в 2011 г., Федеральным законом № 63-ФЗ «Об электронной подписи» от 06.04.2011 г. был закреплен механизм применения электронной подписи. Сегодня организации находятся в режиме ожидания с 2020 г. очередной технологической новации — электронных трудовых книжек [9]. С переходом в электронный формат от работодателя потребуются оперативность отображения всех фактов в трудовой книжке, синхронизация передачи отчетности в Федеральную налоговую службу и Пенсионный фонд. Это одновременно повысит требования к качеству ведения кадрового документооборота, повышению ответственности работодателей за ошибки, недостоверные сведения, несвоевременность внесения и неполноту информации.

Трансформируется и формат взаимодействия работодателей с контрольно-надзорными органами. С 2014 г. в пилотном режиме запущен разработанный Рострудом портал онлайн-инспекция.рф, который дает работодателям возможность самопроверки по тематическим проверочным листам (прообразы чек-листов, внедряемых со стороны государственной инспекции труда с 2018 г.). Это особенно удобно для предпринимателей, так как в небольшие организации редко могут себе позволить функционально выделять службу кадров (отдельного специалиста). В настоящее время на портале доступно 125 тематических проверочных листов (трудовой договор, охрана труда, рабочее время, время отдыха, дисциплина труда, материальная ответственность и т.д.). Такой интерактивный тренажер позволяет «прогнать» все трудовые процессы в организации на предмет соответствия трудовому законодательству и выявить наиболее уязвимые места, способные привести к штрафам в случае реальной проверки. Этот сервис в дальнейшем получит развитие: результаты самопроверки на портале будут акцептоваться Государственной инспекцией труда (ГИТ) и подтверждаться докумен-

тально, а впоследствии предъявляться в качестве задекларированного уровня соблюдения трудовых прав в организации и основания для освобождения от плановых проверок.

Технологические новации Роструда. Формат взаимодействия работников и контрольно-надзорных органов в последнее время подвержен стремительным изменениям. Предпринимателям стоит обратить пристальное внимание на разработанные Рострудом мобильные приложения «Я-инспектор» и «Роструд». Они позволяют направить в территориальное подразделение ГИТ обращение посредством личного кабинета и таким же образом получить обратную связь [8]. Срок для рассмотрения обращений, составленных в мобильных приложениях, не отличается от поданных в ГИТ напрямую и составляет 30 дней. Удобства ощутимы: работник отслеживает ход решения, от прохождения модерации и направления в ГИТ, до уведомления о решении проблемы. Можно следить и за обращениями других заявителей, и даже оставлять комментарии к ним. За неполные два года действия возможности приложений и аудитория пользующихся ими заметно расширилась. К примеру, приложение «Я-инспектор через год работы» насчитывало около тысячи пользователей по всей стране [3] и предоставляло возможность обжаловать лишь ограниченный набор ситуаций, связанных с охраной труда). С февраля 2018 г. сервис дополнили возможностью обращений по вопросам оплаты труда, что делает его на порядок универсальнее и актуальнее. На декабрь 2018 г. аудитория приложения насчитывает около 14 тыс. пользователей. Упрощение формата взаимодействия граждан и контрольно-надзорных органов посредством мобильных приложений способно оказать заметное воздействие на повышение вовлеченности граждан в защиту трудовых прав, традиционно оцениваемой как весьма низкой [4].

Внедрение риск-ориентированного подхода при определении объектов проверки контрольно-надзорными органами. Риск-ориентированный подход предполагает концентрацию государственных ресурсов, ограниченных по определению, в зонах максимального риска для предотвращения вреда охраняемым законом ценностям и одновременно снижение административной нагрузки на добросовестных хозяйствующих субъектов. Предприниматели, обеспечивающие соблюдение трудового законодательства, уменьшают вероятность включения в план проверок вплоть до освобождения от таких проверок. Применение риск-ориентированного подхода при организации государственного контроля (надзора) закреплено в ст. 8.1 Федерального закона от 26.12.2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». Постановление Правительства РФ от 16.02.2017 г. № 197 устанавливает критерии разделения работодателей по пяти группам риска. Работодателей, деятельность которых отнесена к категории низкого риска, плановые проверки касаться не будут, а в отношении тех, кто попал в категорию высокого риска, проверки будут проводиться раз в два года.

Для предпринимателей четкую систему ориентиров в области соблюдения трудового законодательства дает разработанным Рострудом в конце 2017 г. «Перечень типовых нарушений обязательных требований с их классификацией

(дифференциацией) по степени риска причинения вреда вследствие нарушений обязательных требований и тяжести последствий таких нарушений». Уже само включение вопроса в число 76 нарушений этого перечня свидетельствует о важности вопроса как с точки зрения трудовых прав работника, так и внимания к этому вопросу со стороны ГИТ. Нарушения сгруппированы по разделам трудового законодательства в десять блоков (рабочее время, время отдыха, оплата труда, охрана труда и т.д.). Каждое нарушение получило экспертную оценку от 1 до 10 (1–3 балла — низкий риск причинения вреда и тяжести их последствий; 4–6 баллов — средний риск; 7–10 баллов — высокий. «Бумажные» нарушения, которые легко устранить в ходе самой проверки, заслуженно оценены минимальными баллами. Например, в 1 балл оценены столь часто фиксируемые инспекторами невыдача расчетного листка работнику при выплате заработной платы (ст. 136 ТК РФ), или нарушения Правил ведения и хранения трудовых книжек. По максимуму в 10 баллов оценены нарушения, которые формируют текущие приоритеты российской внутренней политики в социально-трудовой сфере: уклонение от оформления трудового договора; заключение гражданско-правового договора вместо трудового договора; невыплата заработной платы и выплата заработной платы ниже МРОТ, необеспечение требований охраны труда.

Градация нарушений важна как для ГИТ, так и для предпринимателя. Для первых — это ориентир для установления размеров административной ответственности при выявлении подобных нарушений в ходе проверок. Очевидно, что при наличии «вилки» штрафов по ст. 5.27 КоАП РФ для лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность (без образования юридического лица — от 1 до 5 тыс. р., для юрлиц — от 30 до 50 тыс. р.), нарушение с оценкой риска в максимальные 10 баллов должно привести к штрафным санкциям по максимуму. Наоборот, нарушение с риском в 1 балл несоразмерно сопровождать штрафом по верхней границе «вилки». Для работодателей этот документ полезен в том, что дает возможность оспорить не всегда соразмерные санкции в отношении выявленных нарушений. По сути, в распечатанном виде этот перечень является настольной памяткой о том, чем заниматься в первую очередь, а какие вопросы оставить «на потом».

Подведу итоги: за последнее десятилетие средняя «цена» исков по трудовым спорам в период с 2007 по 2017 г. фактически удвоилась, динамика присуждаемых к взысканию с работодателя сумм по трудовым спорам имеет тенденцию к росту.

Выступая в качестве ответчика в суде по трудовым спорам (о восстановлении на работе, об оплате труда) работодатель имеет весьма низкие шансы его выиграть. Девять из десяти споров об оплате труда удовлетворяются в пользу работника, каждый второй спор о восстановлении на работе также выигрывает работник.

Технологические новации Роструда (мобильные приложения) позволяют работникам заявлять о нарушенных трудовых правах значительно проще, чем ранее.

Цифровые технологии трансформируют контуры кадровой работы. Изменения затрагивают абсолютно всех — работников, работодателей, контрольно-

надзорные органы. Это меняет не только привычный формат взаимодействия работников с работодателями и ГИТ, но и расширяет микроокружение организации, вовлекая в него как реальных, так и заинтересованных субъектов. Внешняя по отношению к организации среда постоянно формирует стимулы для соблюдения трудового законодательства.

В совокупности с другими действиями государства (риск-ориентированный подход при проверке контрольно-надзорными органами, ранжирование типовых нарушений трудового законодательства, рост штрафных санкций, легализация трудовых отношений при одновременном повышении уровня МРОТ) это способно стимулировать работодателей к изменению парадигмы реализации кадровой политики. Вместо уклонения от соблюдения трудового законодательства и существования в режиме «от проверки до проверки» целесообразно предупреждение нарушений. Риски от нарушений в сфере труда (предписания, штрафы, выплаты работникам по суду) становятся сопоставимыми с издержками на постоянное обеспечение требованиям трудового законодательства.

### **Список использованной литературы**

1. Еремина С.Н. Комплаенс в России: сущность и применение в сфере регулирования труда / С.Н. Еремина // Юрист. — 2017. — № 17. — С. 37–40.
2. Сапфинова А.А. Трудовой комплаенс как способ предупреждения нарушений трудовых прав / А.А. Сапфинова // Теория и практика общественного развития. — 2017. — № 9. — С. 28–31.
3. Скавитин А.В. Новая форма обращения в ГИТ — мобильное приложение / А.В. Скавитин // Кадровик. — 2017. — № 3. — С. 43–48.
4. Скавитин А.В. О субсидиарности в социально-трудовых отношениях / А.В. Скавитин // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2009. — № 6. — С. 98–101.
5. Скавитин А.В. Правовые инспекторы о своей деятельности и состоянии трудового законодательства: результаты исследования / А.В. Скавитин // Актуальные вопросы развития социально-трудовой сферы : материалы Всерос. науч.-практ. конф., посвящен. памяти проф. Н.М. Токарской и проходившей в рамках 8-го Байкал. кадрового форума. — Иркутск, 2016. — С. 102–112.
6. Скавитин А.В. Работник vs работодатель: кто выигрывает в российских судах? // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф., Иркутск, 14–15 сент. 2017 г. — Иркутск, 2017. — С. 411–423.
7. Скавитин А.В. Рассмотрение трудовых споров в судах: кто выигрывает чаще? / А.В. Скавитин // Кадровик. — 2017. — № 12. — С. 46–55.
8. Скавитин А.В. Трансформация микроокружения организаций: влияние мобильных приложений / А.В. Скавитин // Менеджмент в России и за рубежом. — 2017. — № 5. — С. 20–26.

9. Шувалова М. Возможные варианты перехода на электронные трудовые книжки и полностью электронный кадровый документооборот [Электронный ресурс] / М. Шувалова. — Режим доступа: <http://www.garant.ru/article/1217135/#ixzz5WoIf8FBO>.

### **Информация об авторе**

*Скавитин Алексей Васильевич* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики труда и управления персоналом, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [skavitin2000@mail.ru](mailto:skavitin2000@mail.ru).

### **Author**

*Skavitin Aleksei Vasilievich* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Economics and Personnel Management, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [skavitin2000@mail.ru](mailto:skavitin2000@mail.ru).

## **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ГРАЖДАНСКОГО САМОЛЕТОСТРОЕНИЯ**

Рассмотрено влияние инноваций на экономику развития гражданского самолетостроения, основные формы инноваций, а также рассмотрены эффекты от внедрения инноваций в производство.

*Ключевые слова:* машиностроение; гражданское самолетостроение; инновации; предпринимательство; экономический эффект.

**V.I. Teterina, Yu.A. Skorobogatova**

## **THE ROLE OF INNOVATION IN THE SPHERE OF CIVIL AIRCRAFT**

The impact of innovations on the economy of civil aircraft development, the main forms of innovation are considered, and the effects of introducing innovations into production are considered.

*Keywords:* engineering; civil aircraft; innovation; entrepreneurship; economic effect.

На сегодняшний день одной из наиболее важных отраслей машиностроения России является самолетостроение.

Как писал в своей статье В.А. Гафиатуллин, «авиастроение является ведущей отраслью машиностроения, одной из самых высокотехнологичных отраслей, оказывающей влияние на темпы научно-технического прогресса в других отраслях народного хозяйства, представляющей собой целую систему, поскольку включает не только самолетостроение, но и вертолетостроение, а также двигателестроение» [1].

Самолетостроение во многих промышленно развитых странах занимает одно из лидирующих позиций в производстве ВВП, а также оказывает значимое влияние на экономическое и социальное развитие страны. Самолетостроение стимулирует развитие межотраслевых взаимоотношений, в связи с тем, что производство авиационной техники является достаточно масштабным, это позволяет обеспечить занятость населения, осуществляет значительные отчисления в государственный бюджет.

Авиастроение является сектором национальной экономики, имеющим ряд особенностей, характерных как для авиационной отрасли в целом, так и для выпускаемой продукции. Данная отрасль отличается достаточно сложным и трудоемким производственным циклом изготовления конечного продукта, который в свою очередь имеет высокую наукоемкость и капиталоемкость.

На сегодняшний день немногие из наиболее развитых стран мира обладают макротехнологиями, включающими полный цикл изготовления авиационной техники. Нужно отметить, что на данный момент в сфере гражданского самолетостроения наблюдается прогресс на внутреннем и на внешнем рынках.

Основными лидерами гражданского самолетостроения на сегодняшний день являются США, Россия, Бразилия и Евросоюз.

Наиболее успешными на рынке считаются американский Boeing и европейский Airbus. Внушительные объемы производства данных компаний постоянно растут (табл.).

**Объемы производства самолетов компаний Airbus и Boeing  
на период 2014–2017 гг., шт.**

Компания	2017	2016	2015	2014
Airbus	1 109	731	635	629
Boeing	912	762	748	723

По данным таблицы видно, что производство компании Airbus до 2016 г. уступало компании Boeing, однако в 2017 г. количество выпущенных самолетов стало рекордным и превзошло объемы производства своего главного конкурента.

Российская же объединенная авиационная корпорация (ОАК) уступает первенство вышеупомянутым компаниям, однако активно развивается и в последнее время иностранцы начали проявлять достаточно серьезный интерес к российскому самолету Sukhoi Superjet 100. Данный факт подтвержден тем, что в условиях жестких санкций, наложенных на нашу страну, заключенные ранее контракты не были расторгнуты. Основным заказчиком Sukhoi Superjet 100 является мексиканская компания Interjet.

Принцип экономического роста — лежит в основе действующей модели системы хозяйствования.

Нынешняя ситуация в мировой экономике и в России в целом может быть определена, как неблагоприятная. Связано это и с кризисом 2014 г. и с санкциями, которые накладывают на нашу страну в последние годы.

В связи с напряженной экономической ситуацией предпринимательство сталкивается с рядом вопросов, связанных с тем как компании остаться на плаву, быть конкурентоспособным и развиваться.

Одними из источников роста, обеспечивающих долгосрочную эффективность бизнеса являются инновации, позволяющие открыть путь к удовлетворению всех видов потребностей или позволяющие делать это более рациональным, экономичным способом.

Понятие «инновация» было введено австрийским экономистом Й. Шумпетером. Под этим термином он понимал использование новых комбинаций существующих производительных сил для решения коммерческих задач и видел в инновациях источник развития экономических систем [2].

Под инновацией в широком смысле понимается использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, технического, финансово-экономического, коммерческого, организационного и иного характера, приносящее дополнительный экономический эффект от такого использования.

В настоящий момент в условиях непростой экономической ситуации, связанной с наложенными на нашу страну санкциями, а также последствий кризиса

2014 г. гражданское самолетостроение, как и любая другая отрасль предпринимательства, имеет цель не только удержать свои позиции на рынке, но и активно развиваться.

В условиях достаточно жесткой конкуренции компании, занимающиеся выпуском авиационной техники, вынуждены искать или разрабатывать новые современные технологии, позволяющие выдвинуть их продукт на высший уровень, а также искать новые инновационные бизнес — модели.

В своей статье М.В. Горбачев разделяет основные области инноваций на три группы:

- инжиниринг;
- производство (повышение качества и производительности производства, распределенное производство);
- бизнес (инновационный менеджмент, схемы организации закупок, инновационные отношения с поставщиками) [3].

Также инновации можно разделить на три основных вида (рис.).

К первому виду (конструкторским) относятся инновации, цель которых направлена на создание новых продуктов, позволяющих улучшить качество и расширить возможности потребления. Конструкторские инновации — это начальные стадии инновационного цикла в рамках проведения научно-исследовательских работ (НИР), опытно-конструкторских работ (ОКР), а также дизайнерских работ.

Выделяют три формы конструкторских инноваций.

Выпуск новых модификаций соответствующих продуктов, которые способны удовлетворять уже известные и конкретные потребности. В результате удовлетворение потребностей происходит либо за счет улучшения качества конечного продукта, либо за счет сокращения ресурсов, затрачиваемых на производство и доставку конечного продукта, связанное с рационализацией самой конструкции конечного продукта.

Выпуск новых продуктов для удовлетворения известных потребностей. Данная форма конструкторской инновации имеет направленность на повышение качества удовлетворения потребности, что, в свою очередь, связано с созданием более сложных и более дорогих продуктов. Основным источником выступает сокращение количества изделий, для возможности улучшения качественных характеристик.

Данная форма инноваций предусматривает выпуск принципиально новых продуктов, удовлетворяющих потребности социальной значимости. Для производителя данного продукта эффект заключается в расширении эксплуатационных свойств продукта, что в последствии ведет к увеличению объемов производства, а в последствии и увеличению цены на выпускаемую продукцию. Данные действия приведут к более высокой рентабельности выпускаемой продукции и росту нематериальных активов предприятия.



### *Виды инноваций*

Следующий вид инноваций — технический. К нему относят инновации, которые способствуют снижению затрат на преобразование исходных материалов готовый продукт. Данный вид инноваций является следующей за ОКР стадией технологической подготовки производства.

При внедрении новых ресурсосберегающих технологий экономический эффект достигается за счет увеличения объемов производства и снижения постоянных затрат на единицу продукции, в свою очередь при внедрении более производительных процессов экономический эффект достигается путем сокращения затрат на единицу продукции в результате снижения запасов товарно-материальных ценностей. При внедрении новых экологических процессов экономический эффект не так очевиден в виду того, что проявляется через избегание потенциальных штрафов и издержек на их оплату.

Организационный вид инноваций осуществляется на заключительном этапе инновационного цикла и заключается во внедрении новых форм и методов организации производства, позволяющие обеспечить экономию ресурсов на производство продукции. Основными источниками эффективности являются рост объема выпускаемой продукции в результате чего происходит снижение себестоимости за счет относительного сокращения постоянных накладных расходов, приходящихся на единицу изделия. Так же источником эффективности выступает сокращение длительности производственного цикла и сокращение потерь из-за выбора лучших вариантов управленческих решений, связанных с развитием предприятия, приближение этих решений к оптимальным.

Все три вида инноваций, описанных выше тесно связаны между собой, связано это с тем, что эффект инноваций на разных стадиях цикла реализуется лишь при потреблении продукта инноваций. Организационная инновация является неотъемлемым условием реализации технологической и конструкторской инноваций, в связи с тем, что реализация конструкторской инновации зависит от разработанных технологий, а также от организации производства и сбыта продукции в требуемых объемах.

Исполнение условий инноваций, представленных на рисунке, ведет к повышению конкурентоспособности предприятия, что в свою очередь достигает экономический эффект, связанный с ростом прибыли предприятия и увеличения возврата на вложенный капитал.

Как отмечалось ранее, инновации в настоящее время являются одним из важнейших инструментов управления долгосрочной эффективностью бизнеса.

Авиационная промышленность активно применяет инновации, и существует масса примеров этого. Например, разработка холдинга «Технодинамика» — электропривод колес шасси, современная система передвижения самолета, предназначенная для региональных и ближнемагистральных самолетов. Также к разработкам холдинга относится аварийная топливная система, позволяющая обеспечить целостность топливных баков при возможных их повреждениях, в связи с тем, что разрывы происходят в специальных элементах, предотвращающих вытекание топлива. Еще одна из новейших разработок — система нейтрального газа, позволяющая создавать инертную среду и предотвращать образованию в топливных баках паров топлива за счет снижения содержания кислорода.

Существует множество инновационных разработок, внедряемых в строительстве, как военных воздушных суден, так и в производстве гражданских самолетов.

Кроме разработок, направленных на усовершенствование летательного аппарата, существуют и инновационные разработки в области создания самого самолета. Одним из таких является новая разработка среднемагистрального самолета МС-21 компании ОАК. В планах компании занять авиационный рынок в сегменте узкофюзеляжных магистральных самолетов вместимостью от 150 до 200 кресел. Данный самолет является самым широкофюзеляжным в классе среднемагистральных, что позволит предоставить более комфортный перелет пассажирам и экипажу. Также самолет МС-21 имеет в своей разработке крыло из полимерных композитных материалов, позволяющие улучшить функциональные свойства летательного аппарата, снизить его вес на 20–40 %, сохранив при этом оптимальный баланс между прочностью и весом, повысить энергоэффективность, минимизировать эксплуатационные расходы и обеспечить безопасность полетов можно за счет более широкого использования конструкционных композиционных материалов (композитов) нового поколения [4].

Эффекты, которые достигаются при внедрении композитного материала:

- снижение расхода топлива;
- снижение веса готового изделия на 20–40 %;
- снижение стоимостных и временных затрат на диагностику;
- увеличение срока эксплуатации авиационной техники.

Таким образом, при предполагаемом темпе роста 7,5 % мировой рынок композитных материалов может достичь к 2025 г. 143 млрд дол.

Инновационная деятельность на сегодняшний день является одной из основных, направленной на увеличение экономического эффекта в любой отрасли предпринимательской деятельности. В конечном итоге инновационная деятельность, активно применяемая в самолетостроении, позволит увеличить ВВП страны, а также оказать значимое влияние на ее экономическое и социальное развитие.

### **Список использованной литературы**

1. Гафиатуллин В.А. Стратегическое развитие комплекса предприятий авиастроения: аспект инновационности [Электронный ресурс] / В.А. Гафиатуллин // *Фундаментальные исследования*. — 2016. — № 3-2. — С. 344–348. — Режим доступа: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40058>.

2. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер ; пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко. — М. : Прогресс, 1982. — 456 с.

3. Горбачев М.В. Инновации в авиационной промышленности и на транспорте / М.В. Горбачев // *Научный вестник МГТУ ГА*. — 2013. — С. 1.

4. Глобальные технологические тренды. — 2016. — № 9.

### **Информация об авторах**

*Тетерина Весна Игоревна* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: kuzia20@mail.ru.

*Скоробогатова Юлия Александровна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

### **Authors**

*Teterina Vesna Igorevna* — Master`s student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: kuzia20@mail.ru.

*Skorobogatova Yuliya Aleksandrovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

## ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ БЛАГОУСТРОЙСТВА ГОРОДСКИХ ПРОСТРАНСТВ ДЛЯ БИЗНЕСА

Рассматривается концепция комфортного городского пространства для обеспечения разнообразия осуществляемых форм деятельности горожанина на данной территории. Приводится определение понятия пешеходности. Описывается мнение экспертов о целесообразности организации комфортных городских пространств. Анализируется производимый социальный эффект, оказываемый благоустроенными городскими пространствами. Рассматриваются примеры реорганизации городских пространств и их социальное влияние. Анализируется экономический эффект для бизнеса, располагающегося на благоустроенных пешеходных улицах. Анализируется изменение стоимости недвижимости на благоустроенных улицах. Рассматриваются факторы, влияющие на повышение выручки бизнеса, располагающегося в комфортных городских пространствах.

*Ключевые слова:* городское пространство; городская среда; экономика; экономический эффект; бизнес.

N.V. Shamara

## ECONOMIC EFFECT OF IMPROVEMENT OF CITY SPACES FOR BUSINESS

The concept of comfortable city space for ensuring a variety of the carried-out forms of activity of the citizen in this territory is considered. Definition of a concept of a walkable is given. The opinion of experts on expediency of the organization of comfortable city spaces is described. The had social effect rendered by well-planned city spaces is analyzed. Examples of reorganization of city spaces and their social influence are reviewed. Economic effect for the business which is settling down on well-planned pedestrian streets is analyzed. Change of cost of the real estate on well-planned streets is analyzed. The factors influencing increase in revenue of the business which is settling down in comfortable city spaces are considered.

*Keywords:* city space; urban environment; economy; economic effect; business.

В последнее время увеличивается внимание к вопросу окружающей среды. Особенно сильно данной проблемой озадачиваются жители городов. Действительно, большое влияние на человека оказывает среда, в которой он живет. Окружающая среда определяет образ жизни, а также оказывает сильное влияние как на физическое, так и психическое здоровье человека, проживающего в этой среде.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, более 73 % населения России проживает в городах [1, с. 10]. Город объединяет в себе множество функций, концентрируя и объединяя различные виды деятельности человека и формы взаимодействия. Именно степень развития городов отображает уровень социального и экономического развития общества. Между городом и горожанами существует определенная зависимость: в малоразвитом городе можно наблюдать более низкий уровень жизни населения, по сравнению

с городами более развитыми, а также повышенный уровень стресса и уровень депрессивности жителей данного города, тогда же как развитие и улучшение комфортности окружающей среды приводит к улучшению психологического комфорта горожан, способствует экономическому развитию данного города и даже повышению его туристической привлекательности.

Городская территория характеризуется архитектуроникой данной городской среды, городским ландшафтом, а также зонированием городского пространства. В свою очередь, городское пространство представляет собой обособленную территорию города, объединяющую различные виды деятельности людей, характеризующуюся взаимодействием субъектов разных категорий. Выделяют жилые городские пространства; промышленно-производственные городские пространства; общественные пространства, которые часто являются историческим ядром жизни города; рекреационное городское пространство; торговое либо торгово-офисное городское пространство.

Целью города и субъектов, обеспечивающих его развитие, должно стать повышение комфортности городской среды, развитие городских пространств, повышение привлекательности городских территорий для населения, а также туристов, обеспечение возможности для реализации различных видов деятельности человека, в частности, для отдыха и досуга горожан. В развитом городе должны быть представлены все типы городских пространств. Задачей лиц, управляющих городской территорией, является не только обеспечение населения жилыми помещениями, но и предоставление возможностей для разноплановых вариантов организации труда, для отдыха и досуга населения, в том числе в современных культурных, развлекательных и образовательных центрах. Соответственно, для реализации этих целей, также должна быть развита сфера обслуживания, комфортные бытовые условия, а также высокотехнологичные коллективные формы обслуживания, представленной системой общественного транспорта, коммунальных и прочих услуг.

Выполнение всех функций города невозможно осуществить силами только государственных структур, поэтому к развитию городских пространств привлекаются иные субъекты — так называемые стейкхолдеры, представленные девелоперами, инвесторами и представителями бизнеса, экспертными сообществами и, конечно же, самими горожанами, которые должны принимать активное участие в процессе городских преобразований [6]. Достижение установленных целей и задач может осуществляться не только через новое строительство, но и через реновацию городского пространства.

Концепция «правильной» реновации предусматривает сохранение исторической среды города, но не означает ее музеефикацию. Лучшим решением для реновации является максимальное включение уже существующих архитектурных форм в ритмы современной жизни. Целью обновления пространств должно являться обновление городской территории с целью привлечения новой энергии, повышения комфортности данных пространств для жителей и пользователей этой территории, повышение качества городского пространства. В рамках сохранения исторической составляющей данных пространств подразумевается восстановление обветшавших зданий и сооружений, разработка дизайна территории в

гармоничном стиле, использование достижений технологического прогресса и благоустройство территорий.

Перед осуществлением непосредственно мероприятий по обновлению городских пространств необходимо провести анализ экономической целесообразности данных мероприятий, а также определить пути решения юридических, управленческих и прочих вопросов. Это позволит принять решение о максимально эффективном пути развития данной территории, который приведет не только к позитивному эмоциональному отклику горожан и повышению социально-экономического потенциала, но и к повышению конкурентоспособности территории, что, в свою очередь, станет причиной повышения стоимости недвижимости в рамках данного городского пространства и поводом к реализации более эффективного использования территории в условиях рынка.

Для процесса обновления городских пространств выделяют пять групп заинтересованных субъектов. В первую очередь это инициаторы обновления — лица, осознавшие проблему и заявившие о необходимости ее решения. В качестве инициаторов могут выступать как государство в виде местных либо региональных органов власти, общественные организации, так и отдельные граждане либо предприниматели. Решения по данной проблеме принимают лица, уполномоченные на принятие такого решения, в виде физических лиц, представителей бизнес-сообщества, либо органов власти. Решения должны приниматься с учетом мнения круга влияющих субъектов, к которым относятся компетентные эксперты, научные деятели и другие. В их полномочия входит обработка информации, оказание консультационной помощи и влияние таким образом на принятие решений. При принятии решения должны учитываться мнения и покупателей обновления — тех лиц, которые предоставляют ресурсы для целей осуществления обновления городского пространства. Финансирование таких мероприятий чаще всего осуществляется при помощи бюджетных ассигнований, а также грантов и спонсорских средств, частного привлеченного капитала либо средств заинтересованных горожан. И пятая группа заинтересованных субъектов — те, на кого направлен комплекс мероприятий по обновлению городского пространства, т.е. потребители обновления. Именно эта группа лиц в итоге пользуются конечным результатом данных мероприятий. К этой группе относят не только горожан, которые будут проживать, работать либо отдыхать на данной территории, но и туристов, а также инвесторов и предпринимателей.

Часто перед городами становится вопрос о сокращении потока миграции горожан и особенно молодежи в более крупные города. Для развития города необходимо присутствие «двигателей» развития, в роли которых чаще всего выступает молодое поколение, а также предприниматели. Джеф Спек считает, что города должны обеспечить такую среду обитания, в которой люди захотят жить [3, с. 27]. Таким образом, правильное обновление городских пространств в соответствии с запросами общества и бизнеса дает положительные эффекты не только в социальной политике городов, но и в экономической сфере. По некоторым подсчетам, доля работ по реновации в странах с развитой экономикой выросла до 60 % [6]. Проекты нацелены на поиск новых решений для реализации

не только жилой, но и социальной, а также коммерческой функций внутри города, что дало не только новую жизнь центральным районам и заброшенным кварталам с сохранением исторического ядра и принесением динамичности, но и принесло как неэкономические, так и экономические эффекты.

Но какими должны быть города? Исторически сложилось, что первые города возникали на пересечении торговых путей, в районах плодородной земле равнин и в непосредственной близости к рекам. Позже на место, на котором образуется новый город, влияли и юридические, военно-оборонительные и экономические причины [4]. Влияние этих факторов неслучайно — люди хотели жить там, где у них есть максимальные возможности для комфортной жизни.

Для начала рассмотрим вопрос, что вообще привлекает людей жить в городской среде. Первым фактором выступает более высокий темп жизни в городах по сравнению с загородной территорией. В городах более высокая плотность населения и больше возможностей для взаимодействия людей между собой, что само по себе является привлекательным для человека, тем более, для молодежи. Города, в которых люди хотят жить, обеспечивают реализацию всех жизненных функций — это не только проживание, но и обеспечение людей трудовой деятельностью, а также реализация социальных функций. Второй фактор, делающий город востребованным, является его пешеходность [3, с. 13]. Город, в котором предусмотрены условия для пешей прогулки, развита система общественного транспорта, является не только более комфортным с психологической точки зрения для горожан, но и позволяет перенаправить сбережения, сэкономленные от возможности не использовать личный автомобиль, в другие сферы потребления, что приводит к сохранению большего объема денежной массы внутри города. Людей привлекают пешеходные города с различными вариантами организации их образа жизни, с возможностью выбора трудовой деятельности, мест совершения покупок и мест отдыха.

Оценить экономический эффект от развития города гораздо проще, чем отследить эффект социальный. Рассмотрим результаты развития и переустройства городских пространств для бизнеса. Разделим бизнес на две условные группы.

К первой группе относятся девелоперы и инвесторы в недвижимость. Согласно статистике, жилая недвижимость в районе с более развитой инфраструктурой с точки зрения пешеходности стоит дороже, чем аналогичная недвижимость в условно автомобильных районах. Для статистики рассмотрим американский опыт: в Детройте стоимость жилья, располагающегося в пешеходных районах, в среднем на 40 % выше по сравнению с объектами-аналогами в районах автомобильного субурбанизма. Разница в стоимости для Сиэтла составляет 51 %, а абсолютным лидером в разнице стоимости недвижимости является один из самых пешеходных городов Америки — Нью-Йорк. В этом городе стоимость жилья в пешеходном районе увеличивается до 200 %. Люди готовы заплатить больше за шаговую доступность к работе, магазинам, местам развлечения и отдыха и другим общественным местам.

Аналогичная ситуация наблюдается и в отношении коммерческой недвижимости. Стоимость покупки либо аренды торговых и офисных помещений значительно выше в пешеходных районах [3, с. 35]. Более того, в пешеходных районах процент не востребуемых площадей обычно ниже, чем в прочих районах.

Другой вид бизнеса, зависящего от комфортности городских пространств, является торговля, а также сфера развлечений и отдыха. Не секрет, что выручка большинства бизнеса зависит от уровня проходимости. Если проанализировать места, куда горожане ходят за покупками, можно заметить, что покупателям важны не только быстрота и удобство, но и возможность провести время в комфортной обстановке. Лучше всего этим критериям удовлетворяют торговые пешеходные улицы и торгово-досуговые центры, совмещающие в себе не только места торговли, но и возможности для разнообразного отдыха граждан — прогулок, обеда, в том числе на открытом воздухе, возможность контактировать с социумом. Такие места часто становятся центром городов, в которых они располагаются. Самой комфортной средой для людей является именно общество, присутствие рядом достаточного количества других людей. Пустынные улицы и парки, автомобильные улицы не позволяют реализовать это в полной мере и создают ощущение страха и опасности. Чтобы привлечь покупателей и жильцов в район, необходимо организовать развитую и нужную людям инфраструктуру. Пешеходные улицы и общественные пространства привлекают людей, создавая поток для бизнеса, расположенного на этих улицах. Об одной из таких улиц отзывается Витольд Рыбчинский: «Впрочем, гамбургер оказался вкусным, и сидеть на открытой веранде теплым весенним днем было приятно. С веранды мне была видна небольшая площадь с фонтаном, скамейки и деревья вдоль улицы, женщины с колясками, дети на самокатах, бизнесмены в строгих костюмах. Картина была знакомой: припаркованные на улице автомобили, широкие тротуары, фасады домов, витрины магазинов» [2, с. 122].

Чтобы убедиться в справедливости данных выводов, рассмотрим пример реальных проектов и влияние степени развития городского пространства на бизнес, находящийся в таком пространстве. Один из американских городов, отличающийся от большинства других, это Портленд. В данном городе довольно развитая система общественного транспорта, а приоритет отдается пешеходным улицам и велосипедным дорожкам. Стратегия развития этого города была направлена на уплотнение застройки и повышение комфортности городских пространств. Согласно статистике, количество среднее количество километров на жителя Портленда на 20 % меньше по сравнению с жителями большинства других американских городов, и эту разницу оценивают примерно в 1,1 млрд дол. экономии города в год, что, в свою очередь, равно 1,5 % личного трудового дохода в регионе. Помимо этого, жители города экономят и время, затраченное на участие в дорожном движении. Суммарно в год жители Портленда экономят 1,5 млрд дол. США, проводя в транспорте в среднем 43 минуты на человека. Важно то, что данная экономия перенаправляется на расходы внутри города вместо обслуживания автомобиля и покупку бензина. В данном городе уровень потребления различных услуг индустрии развлечений и отдыха выше среднего уровня по стране, и эти средства остаются внутри городской экономики [3, с. 40].

Положительный эффект от развития комфортной городской среды наблюдается не только в Америке. Одна из главных городских программ благоустройства Москвы — программа «Моя улица». В рамках программы предполагается создание удобного для жизни города путем переустройства улиц и реставрации исторических зданий, воссоздания городских площадей и открытых пешеходных зон. Проект реализовывался с 2015 по 2018 г. Согласно информации на официальном сайте проекта, в 2017 г. переустроено было более 80 территорий. Предполагается, что реализация этого проекта привлечет на данные территории активных людей и инвестиции, а также будут способствовать развитию туризма и повышению экономической активности. По словам мэра Москвы, экономический эффект от благоустройства улиц и парков составит несколько десятков миллиардов рублей дополнительных доходов городского бизнеса. Увеличение доходов бизнеса влечет за собой и увеличение поступлений в бюджет, а также является предпосылкой для возникновения новых рабочих мест в таких сферах, как торговля, общественное питание, сервис и других смежных отраслях.

Главными объектами, обновленными в рамках программы, стали Новый Арбат, Тверская и Садовое Кольцо. Рассмотрим эффект от реализации данной программы.

Анализ эффекта благоустройства проводился конструкторским бюро Стрелка. В рамках анализа был осуществлен подсчет количества пешеходов на обновленных улицах, а также проанализированы пользовательские фотографии в социальных сетях и ответы на опросы. Были выделены три группы пользователей пространства: пешеходы, автомобилисты и бизнес. Благодаря обновлению городских пространств в выходные дни пешеходный поток на благоустроенных улицах вырос в среднем на 23 %, среди клиентов бизнеса выросла доля молодежной аудитории, а также, судя по фотографиям с детьми, выросла и аудитория детьми. На основе увеличения доли фотографий были сделаны выводы об увеличении внимания к городским объектам и активностям на данной территории, а также к увеличению комфорта прогулок в зимнее и ночное время. Количество ДТП с пострадавшими по аналогии с 2015 г. сократилось на 56 %, количество пострадавших снизилось на 29 %. Но какой же эффект для бизнеса?

В первые годы бизнес негативно отреагировал на реконструкцию в связи с тем, что строительные работы привели к снижению количества посетителей и клиентов, что, в свою очередь, повлекло за собой снижение выручки предприятий. Положительный эффект стал заметен по окончании строительных работ. Прежде всего снизился объем незанятых арендных площадей. До реконструкции этот показатель составлял 14 %, реализация программы позволила снизить этот уровень до 6 %. Процент снижения объема незанятых арендных площадей на благоустроенных улицах в четыре раза больше, нежели этот же показатель на улицах, не входящих в программу благоустройства. Был отмечен рост сектора услуг (с 1 до 12 % на Новом Арбате) и сектора общественного питания (с 26 до 41 % на Тверской улице). Изменилась структура представленности бизнеса на улицах: сократилось количество банков, салонов сотовой связи и ювелирных магазинов — их заменили точки общественного питания, магазины одежды, продуктовые магазины и другие представители сферы развлечения, торговли и

услуг. Это говорит об изменении целей нахождения людей на данной улице в пользу пешей прогулки.

Проекты по благоустройству реализуются не только в Москве, но и в регионах. Ключевым для Иркутска стал в свое время проект реконструкции 130-го квартала в центре города, имеющий новое название — Иркутская слобода. До 2010 г. этот квартал, располагающийся по современным меркам в центре города, состоял из деревянных жилых домов с отсутствием должного благоустройства. После расселения жителей из ветхого и аварийного жилья была произведена реставрация объектов культурного наследия, а также строительство новых, ранее утраченных, памятников архитектуры. Концепция Иркутской слободы представляет собой пешеходную улицу с располагающимися вдоль нее кафе, сувенирными лавками, ресторанами и магазинами, завершающимися торгово-развлекательным центром Модный квартал.

Спустя три года после реализации проекта были подведены итоги по реализации данного проекта. Общий объем финансирования данного проекта составил около 2,798 млрд р., из которых 2,5 млрд р. сформированы из внебюджетных источников. В третьем году функционирования данного проекта (2014 г.) были определены следующие экономические показатели эффективности реализации проекта для бюджета. Количество новых рабочих мест составило более 1 500 мест. Уплачиваемый в муниципальный бюджет налог в 2014 г. составил 11 млн р., в бюджет субъекта федерации (Иркутская область) — 25,6 млн р., в федеральный бюджет — 28 млн р. при общей выручке Иркутской слободы в районе 11 млрд р. в год, а процент прибыли инвесторов, участвовавших в реализации данного проекта, составил 300 % [9].

Таким образом, мы видим, что создание пешеходных районов приводит к повышению прибыльности бизнеса на данной территории, благоустройство городских пространств и их обновление имеет немаловажное значение на близлежащий бизнес. Как отмечалось выше, предприниматели могут стать инициаторами реновации городских пространств — и должны ими становиться, как двигатели экономического развития любого города и государства в целом. Пользу от реализации таких проектов получает не только местная и региональная администрация, но также жители данного города и предприниматели. Несомненно, реализация таких проектов должна осуществляться в рамках сотрудничества бизнеса, администрации, экспертов и горожан, но лишь предприниматели лучше всего понимают, что именно нужно жителям и пользователям конкретного городского пространства.

### **Список использованной литературы**

1. Итоги Всероссийской переписи населения 2010 года [Электронный ресурс] : стат. сб. / Росстат. — М., 2010. — 1059 с.
2. Рыбчинский В. Городской конструктор / В. Рыбчинский ; пер. с англ. М. Коробочкин, под ред. М. Голубовской. — М. : Strelka Press, 2015. — 232 с.
3. Спек Д. Город для пешеходов / Д. Спек ; рук. проекта И. Кузнецова, науч. рук. И. Коккинаки. — М. : Искусство-XXI век, 2015. — 352 с.

4. Демидова Е.В. Проблемы реабилитации городских пространств / Е.В. Демидова // Академический вестник УралНИИПроект РААСН. — 2009. — № 2. — С. 52–56.

5. Кашкабаш Т.В. Интерпретация городского пространства в современных условиях / Т.В. Кашкабаш // Современные исследования социальных проблем. — 2012. — № 10.

6. Киевский И.Л. Оценка эффектов от градостроительных мероприятий по реновации кварталов сложившейся застройки Москвы и их влияние на потребность в строительных машинах и механизмах / И.Л. Киевский, А.А. Сергеева // Наукоеведение : интернет-журн. — 2017. — Т. 9, № 6. — Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/PDF/108TVN617.pdf>.

7. Кламер М. Идентификационные коды архитектурной среды / М. Кламер, Н.М. Глебова, И.Е. Дружинина // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. — 2017. — Т. 7, № 3. — С. 132–144.

8. Кузнецова Т.В. Актуальные стратегии развития современного городского пространства / Т.В. Кузнецова, М.В. Сухомлинова, С.В. Гузенина // Социально-гуманитарное обозрение. — 2018. — № 3. — С. 39–42.

9. 1 млрд рублей налогов и 300 % прибыли. Коммерческий эффект 130-го квартала в Иркутске превзошел самые смелые ожидания его создателей [Электронный ресурс] / под ред. Е.В. Герасимовой. — Иркутск : СИА ООО РЦ Информресурс, 1991. — Режим доступа: [http://sia.ru/?section=484&action=show\\_news&id=307440](http://sia.ru/?section=484&action=show_news&id=307440).

### **Информация об авторе**

*Шамара Надежда Викторовна* — студент, кафедра экономики и управления инвестициями и недвижимостью, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [shamaraya@yandex.ru](mailto:shamaraya@yandex.ru).

### **Author**

*Shamara Nadezhda Viktorovna* — student, Chair of Economy of investment and real estate management, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [shamaraya@yandex.ru](mailto:shamaraya@yandex.ru).

**ПРАВОВЫЕ СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Системность подхода к построению модели риск-менеджмента в коммерческих предприятиях строится в том числе на идентификации тех видов риска, которым предприятие подвержено, его оценки и обработке. Данные процессы направлены на обеспечения сбалансированной работы компании, одним из условий которой является поддержание приемлемого уровня безопасности. Обеспечение экономической безопасности субъектов предпринимательской деятельности включает различные инструменты, в том числе и правовые. В статье рассмотрена сущность правовых способов защиты экономической безопасности предпринимательской деятельности в России. Сделан вывод о том, что правовые способами является не только юрисдикционная деятельность компетентных государственных органов, но и совершенствование законодательства и правоприменительной практики.

*Ключевые слова:* предпринимательская деятельность; защита; права; безопасность; риск.

Е.М. Yakimova

**LEGAL WAYS OF PROTECTION OF ECONOMIC SECURITY  
OF BUSINESS ACTIVITY**

The risk management system in the commercial enterprises is based on identification of those types of risk to which the enterprise is subject of his assessment and processing. These processes are aimed at providing the balanced work of the company, one of conditions of which is maintenance of acceptable level of safety. The essence of legal ways of protection of economic security of business activity in Russia is considered. The conclusion is drawn that legal ways is not only jurisdictional activity of competent public authorities, but also improvement of the legislation and law-enforcement practice.

*Keywords:* business activity; protection; rights; safety; risk.

Прежде всего деятельность предприятия ориентирована на получение прибыли. Однако в современных условиях процесс успешного функционирования и экономического развития российских предприятий во многом зависит не только от получения стабильной большой прибыли, но и от совершенствования деятельности в области обеспечения экономической безопасности, главным образом, финансовой ее составляющей.

В условиях формирующейся рыночной экономики компании во многом уделяют недостаточное внимание вопросам обеспечения безопасности, в частности, в финансовой сфере, что может нанести значительный экономический ущерб

компании, собственники компании могут лишиться своего имущества. Таким образом, каждое предприятие должно решать проблемы обеспечения экономической безопасности предприятия, в частности, в финансовых вопросах, что поможет предотвратить наступление неблагоприятных для компании последствий.

Экономической безопасности предприятия постоянно находится под угрозой, причем угрозами как внутренними, так и внешними. Для финансовой деятельности предприятия это означает возможные потери. Однако данные потери необходимо предотвратить или минимизировать, а том числе с использованием правовых механизмов обеспечения безопасности предпринимательской деятельности.

Отношение российского государства и общества к предпринимателям нельзя назвать идеальным, хотя поиски компромисса осуществляются.

Со стороны предпринимателей выдвигаются следующие претензии: совершенствованию подлежит порядок и формы предъявления претензий со стороны налоговых органов, Пенсионного фонда России; усиливается налоговая нагрузка на бизнес; существуют проблемы в работе правоохранительных органов: с одной стороны, данные органы названы среди органов государственной власти, которые чаще всего нарушают права и свободы, с другой стороны, они же чаще всего призваны защищать права в сфере предпринимательской деятельности.

Причина достаточно плохого климата в сфере защиты прав предпринимателей в современной России заключается в давлении по нескольким магистральным направлениям, следовательно, необходимо применять правовые способы защиты экономической безопасности предпринимателей применительно к обозначенным угрозам.

Во-первых, сама дефиниция «государственный контроль» носит зачастую негативный характер. Например, «государственный контроль — это периодическая проверка уполномоченными органами государственной власти деятельности физических и юридических лиц, направленная на предупреждение, выявление и пресечение нарушений требований, установленных нормативными правовыми актами, по результатам которой при обнаружении нарушений могут применяться меры государственного принуждения» [1, с. 137].

Законодатель в легальном определении государственного контроля отмечает, что «государственный контроль (надзор) — деятельность уполномоченных органов государственной власти, направленная на предупреждение, выявление и пресечение нарушений, посредством организации и проведения проверок юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, принятия предусмотренных законодательством РФ мер по пресечению и (или) устранению последствий выявленных нарушений, а также деятельность указанных органов по систематическому наблюдению за исполнением обязательных требований, анализу и прогнозированию состояния исполнения обязательных требований при осуществлении деятельности юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями» [2].

Следовательно, государство не видит в государственном контроле форму взаимодействия государства и бизнеса, в результате которой происходит корректировка действий предпринимателей без применения к ним государственного принуждения. Таким образом, одним из правовых способов защиты экономиче-

ской безопасности предпринимательской деятельности является совершенствование законодательства в рассматриваемой сфере, не только с точки зрения проработки механизма проведения контрольных мероприятий, но и совершенствования базовых дефиниций.

Во-вторых, усиление налоговой нагрузки на предпринимателей увеличилось в период обострения дефицита федерального бюджета: органы исполнительной власти стремятся собрать с бизнеса как можно больше налогов и иных поступлений, хотя для предпринимателей также настали сложные времена, когда для них была бы очень важна поддержка со стороны государства. Следовательно, одним из способов защиты экономической безопасности предпринимателей является взвешенная налоговая политика, совершенствование механизма реализации контрольных полномочий органами исполнительной власти.

В-третьих, создавая систему государственного контроля государство «не может зачастую выполнить свою часть функций государственного контроля по созданию условий для корректной подачи информации компаниями» [3, с. 52]. Например, при подаче информации о работниках в Пенсионный фонд России работодатели часто сталкиваются с ситуациями, когда в базах отсутствуют улицы и номера домов, в которых проживают их работники, что заставляет предпринимателей указывать недостоверные сведения об адресе своих сотрудников, поскольку такой вариант им предлагают и сотрудники Пенсионного фонда России, которые сами не могут править базу адресов.

Таким образом, осуществления государственного контроля за предпринимательской деятельностью в России требует выработки нового вектора: государство, усиливая давление на бизнес получит лишь уменьшение поступлений в бюджет налогов и иных поступлений. Необходимо совершенствование не только правового механизма взаимодействия бизнеса и государства, но и улучшения общего климата таких отношений.

В соответствии с планом мероприятий, утвержденных Распоряжением Правительства РФ [4] и подлежащих реализации, внедрение риск-ориентированного подхода при организации и проведении контрольно-надзорных мероприятий подлежит реализации через решение и внедрение ряда мероприятий, среди главных из них — внедрение риск-ориентированного подхода при организации государственного контроля (надзора) в соответствии с мероприятиями, предусмотренными дорожной картой. Предусмотрены правила отнесения деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и (или) используемых ими производственных объектов к определенной категории риска, определенному классу (категории) опасности. Так, устанавливается, что юридические лица и индивидуальные предприниматели отнесены к определенной категории риска и классу опасности: перечень категорий риска или классов (категорий) опасности, применяемый при осуществлении отдельного вида государственного контроля (надзора), включает от трех до шести категорий риска или от трех до шести классов (категорий) опасности.

Вместе с тем критерии отнесения той или иной деятельности к той или иной категории риска и классу опасности вызывают. Представляется, что подход

несколько условен и не может учитывать все особенности осуществления деятельности конкретным юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, тем более предприятие может осуществлять различные виды деятельности, которые отнесены к разным категориям риска и классам опасности.

Осуществление механизма риск-ориентированного подхода при организации и проведении контрольно-надзорных мероприятий имеет плюсы и минусы, однако и в настоящее время можно говорить о фундаментальных проблемах внедрения подобного подхода, наличие которых ставит под вопрос эффективность предпринятой попытки снизить уровень административной нагрузки на бизнес.

В-четвертых, одним из самых распространенных правовых способов защиты экономической безопасности является обращение индивидуального предпринимателя или юридического лица в юрисдикционные органы: прокуратура, суд, правоохранительные органы и иные органы государственной власти. Как показывает опрос предпринимателей, судебная защита считается ими самым эффективным способом из перечисленных вариантов [5, с. 271].

В целях совершенствования системы юрисдикционной защиты прав предпринимателей, представляется целесообразным более широкое внедрение упрощенных форм судопроизводства. В частности, российской юридической практике применение упрощенных форм разрешения споров в сфере предпринимательской деятельности знакомо. Так, с 2016 г. приказное производство реализуется в рамках Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Таким образом, экономическая безопасность предпринимательской деятельности может получить защиту с использованием правовых способов защиты, при этом должны использоваться не только способы защиты прав предпринимателей в юрисдикционных органах, но и такие правовые способы как совершенствование правовой базы, правоприменительной практики.

### **Список использованной литературы**

1. Осипов Д.А. О понятиях «государственный контроль», «государственный надзор» и «тотальный контроль над личностью» / Д.А. Осипов, В.М. Большакова // Власть. — 2015. — № 5. — С. 136–140.

2. О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля : федер. закон от 26 дек. 2008 г. № 294-ФЗ // Российская газета. — 2008. — 30 дек.

3. Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по совершенствованию контрольно-надзорной деятельности в Российской Федерации на 2016–2017 годы : распоряжение Правительства РФ от 1 апр. 2016 г. № 559-р // Собрание законодательства РФ. — 2016. — № 15. — Ст. 2118.

4. Якимова Е.М. Административно-правовые способы обеспечения безопасности предпринимательской деятельности / Е.М. Якимова // Юридическая наука и практика. — 2014. — Т. 10, вып. 1. — С. 25–30.

5. Якимова Е.М. Государственный контроль в сфере предпринимательской деятельности / Е.М. Якимова // Правовое регулирование экономических отношений в Российской Федерации : материалы Всерос. науч.-практ. конф., 12 нояб. 2016 г. — Иркутск : Изд-во ИГУ, 2016. — С. 269–276.

### **Информация об авторе**

*Якимова Екатерина Михайловна* — кандидат юридических наук, доцент, кафедра правового обеспечения национальной безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: yakimova\_katerin@mail.ru.

### **Author**

*Yakimova Ekaterina Mihailovna* — PhD in Law, Associate Professor, Chair of Legal Security of National Security, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: yakimova\_katerin@mail.ru.

**ПРИМЕНЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ МЕР  
В ТОЛЛИНГОВЫХ СХЕМАХ  
В АЛЮМИНИЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ**

В статье рассматриваются исторические и юридические вопросы применения толлинговой системы в России на примере алюминиевой отрасли. Делаются выводы об экономической целесообразности ее отмены за счет Российской экономической экспансии в страны с залежами бокситов и строительства там предприятий по их переработки, включенных в организационную структуру российских холдинговых структур.

*Ключевые слова:* толлинг; давальческое сырье; алюминиевая промышленность; регулирование толлинговых операций.

M.V. Shustikova

**APPLICATION OF LEGISLATIVE MEASURES IN TOLLING SCHEMES IN THE ALUMINUM INDUSTRY OF RUSSIA**

This article shows the historical and law problems of using tolling system in aluminum production in Russia after the 1985-year period. The author comes to the conclusion, then the aluminum company in Russia should expand their influence to the countries with bauxite mining.

*Keywords:* tolling; raw materials supplied by the customer; aluminum industry; regulation of tolling operations.

Было бы ошибкой считать, что толлинг возник только в условиях перехода экономики России к рыночным отношениям. Схемы применения толлинга были с успехом реализованы в хозяйственном обороте бывшего СССР. Особенность отечественного рынка постперестроечного периода связано в основном с работой иностранных контрагентов, зарегистрированных в странах с большими налоговыми льготами, иными словами, в оффшорных зонах. Схемы толлинга в металлургии российской экономики были впервые использованы в 90-х гг. в алюминиевом производстве. Применение толлинговых схем в алюминиевой отрасли было связано с наличием значительных льгот в таможенном налоговом обложении. Первоначально причиной таких разрешительных мер стало отсутствие собственного сырья для загрузки производственных мощностей, существовавших на то время на территории России. Однако, почувствовав значительную выгоду, западные посреднические компании нарастили производство на основе давальческого сырья в алюминиевой промышленности до 90 % от общего объема его производства.

Взрывным распространение толлинга явился тот факт, что глинозем, и продукты его переработки не облагались таможенными пошлинами, не платился налог на добавленную стоимость, в результате основная часть валового дохода уходила за пределы России.

Договор на переработку давальческого сырья в юридической практике классифицируется как договор подряда и регулируется Гражданским кодексом Российской Федерации, принятым Государственной Думой 22 декабря 1995 г.

Однако Кодекс был принят уже постфактум, толлинговые схемы фактически работали в полную силу. Основываясь на законодательной базе России толлингеры начали легально сокращать налоговые отчисления, что и стало основным объяснением использования толлинга в алюминиевой промышленности на протяжении 1990-х гг.

Узаконено схема внешнего толлинга стала применяться в России после принятия постановления Правительства РФ от 6 ноября 1992 г. № 854 «О лицензировании и квотировании экспорта и импорта товаров (работ, услуг) на территории Российской Федерации», утратившее силу на сегодняшний день.

Основываясь на вышеприведенном Постановлении и последовавшими за ним уточнения был введен новый таможенный режим для временного ввоза иностранных товаров на территорию России для переработки.

Таможенный кодекс РФ, принятый в 1993 г., законодательно установил два типа таможенных режимов: переработка товаров на таможенной территории и переработка товаров под таможенным контролем. Переработка товаров под таможенным контролем, в отличие от переработки товаров на таможенной территории предусматривала ряд льгот по ввозным пошлинам и налогам.

Операциями применения толлинга в алюминиевой промышленности в России занимался конгломерат посреднических фирм компании Trans-World Group (TWG), которая принадлежала братьям Рубен. Они приобрели чуть ли не половину алюминиевой промышленности бывшего СССР. Делами группы TWG в России заправляли братья Лев и Михаил Черные, «цеховики» и воры в законе из Ташкента, перебравшиеся в конце 1980-х в Москву из-за проблем с криминальным бизнесом.

До вхождения в алюминиевый бизнес, начиная с 1988 г. Михаил Черной и Сэм Кислин, американец украинского происхождения, экспортировали железную руду, кокс и уголь, ввозя в страну продукты питания. Практически моментально группа TWG вошла в тройку крупнейших поставщиков алюминия на мировой рынок. Через фирмы TWG в 1995 г. прошло свыше 1 млн т алюминия, или 5 % мирового объема его производства. Поскольку по условиям договора компания заводам оставляла лишь средства на зарплату, издержки производства и текущий ремонт, а эти суммы не обеспечивали даже простого воспроизводства капитала. Вторым рычагом закабаления производителей была система кредитов, которые предоставляла группа TWG через собственные офшорные фирмы и банки.

Представителями группы TWG постоянно пресекались попытки заводов наладить независимую поставку глинозема. Весной 1997 г. соглашение ряда российских заводов с Николаевским глиноземным заводом привело к бойкоту со стороны компании TWG украинского предприятия. Суммарные потери российских заводов в связи с необходимостью покупать более дорогой импортный глинозем составляли от 60 до 85 млн дол. в год.

В 1995 г. представители компании TWG стали акционерами основных российских алюминиевых предприятий, производивших в общей сложности более 2 млн т алюминия в год. В собственности компании находились Красноярский, Братский, Саяногорский, Новокузнецкий и Надвоицкий алюминиевые заводы. Имея 30 % акций Красноярского металлургического завода (КраМЗ), группа TWG провела политику разорения КраМЗа и отобрала у него литейный цех.

К середине 90-х гг. группа TWG привела алюминиевую отрасль к технологическому отставанию, а следовательно, к экономической и стратегической безопасности России. Потери российских алюминиевых компаний составили не меньше 100 млн дол. в год.

В результате толлинговых операций Красноярскому алюминиевому заводу в 1997 г. удалось увеличить объем производства до 790 тыс. т. Завод пытался развивать отношения с отечественными поставщиками глинозема, однако ему не удалось мобилизовать 120 млн дол., необходимых для перехода на абсолютно самостоятельный режим. Такими заводами были, находящиеся поблизости, Ачинский глиноземным комбинатом и Богословский алюминиевый завод.

Братский алюминиевый завод в 1997 г. произвел около 800 тыс. т алюминия при рентабельности 18,2 %. Группа TWG контролировала свыше 50 % акций завода.

Завод работал по толлинговой схеме. В 1997 г. эта цифра составляла более 90 %. В этот период Минэкономики при выделении квот рекомендовало заключать толлинговые контракты сроком на один год при постоянном их продлении, что говорит о заинтересованности чиновников в сохранении данной формы производства. Более того, группа TWG в 1997 г. на БрАЗе применила новую схему под названием «комплексный толлинг», предполагающий поставку партнерами не только глинозема, но и других видов сырья, что усилило кабальные соглашения предприятия. Серьезные убытки понесло государство. Результатом проводимой экономической политики стали проблемы с выплатой зарплат учителям и врачам, задержки зарплат в госпредприятиях. Основную выгоду при применении внешнего толлинга алюминиевыми заводами получили иностранные оффшорные компании. Следует отметить, что компания «СУАЛ-Холдинг» работала на местном сырье и полностью отказалась от толлинга.

Первым постановлением в деле ограничения толлинговой системы переработки алюминия является постановление Правительства РФ от 08.05.1998 г. № 430 «О применении таможенных режимов переработки товаров в алюминиевой промышленности». В нем, в частности, устанавливается срок прекращения толлинговых операций «с 1 января 2000 г. в Российской Федерации не применяется таможенный режим переработки товаров под таможенным контролем при переработке сырья для производства алюминия или изделий из него».

Далее последовало постановление Правительства РФ от 19.12.1998 г. № 1508 «О внесении изменений и дополнений в Постановление Правительства Российской Федерации от 8 мая 1998 г. № 430» «О применении таможенных режимов переработки товаров в алюминиевой промышленности» с несущественными изменениями.

29 декабря 1999 г. выходит распоряжение Правительства Российской Федерации № 2181-р, где также устанавливается дата 1 января 2000 г. установления ограничения «использования таможенного режима переработки товаров под таможенным контролем в Российской Федерации при переработке сырья для производства алюминия необработанного (код ТН ВЭД СНГ 7601) или изделий из него (код ТН ВЭД СНГ 7603 — 7616).»

Однако реального действия эти приказы и постановления не оказали на систему толлинга в алюминиевой промышленности. Результат был достигнут прямо противоположный. С 1 января 2004 г. для проведения толлинговых операций были отменены какие-либо лицензии. Для проведения толлинговых операций достаточно было получить разрешение таможенных органов. Регистрация иностранного партнера в таможенных органах не требовалась. Постановлением отменялась обязанность уплаты таможенных платежей и налогов при ввозе товаров с последующим их возвратом. Таможенные органы лишались права устанавливать сроки переработки и нормы выхода продукта.

Ряд экономистов продолжают считать, что «современная практика хозяйствования, партнерская кооперация на основе толлинговой схемы организации производства позволяет аккумулировать финансовые ресурсы для решения приоритетных направлений развития промышленного комплекса, интегрировать в единое целое переработку давальческого сырья, увеличить возможности продвижения на рынок конкурентоспособной продукции».

На мой взгляд, для определения широкого распространения давальческих операций в России на этапе перестройки, необходимо акцентировать внимание на общей экономической и правовой ситуации в стране на то время:

- дефицит сырья и разрушение общей логистики в стране;
- недостаток на большинстве предприятий оборотных средств;
- отсутствие стандартизированного финансового учета;
- наличие незанятых производственных мощностей в алюминиевой промышленности;
- фактический «перенос» грязных производств на территорию России;
- неразвитость судебной системы.

Последний пункт является основанием того, что никаких нарушений закона не происходит: таможенный кодекс разрешает работать через офшор.

*Вывод.* Применение толлинговых операций в России является крайне дискуссионной. При значительных негативных последствиях ее применения в алюминиевой промышленности в случае ее отмены эта мера окажет значительные последствия на занятость на предприятиях не только алюминиевой промышленности и на всей логистической цепочке его переработки. Известно, что основные месторождения бокситов и главный рынок сбыта алюминия находятся в других странах. Поэтому, тактика компании ОК «РУСАЛ» по приобретению зарубежных добывающих компаний является правильной с позиции приобретения отрасли и целым государством экономической независимости.

Российская экономическая экспансия в виде формирования транснациональных корпораций на примере ОК «РУСАЛ» должна привести к естественной

отмене толлинговой системы на территории России и перенесении ее за рубежи ее территориальных границ. Сырьевая составляющая — это то основание, за которое на сегодняшний день, идут разрушительные торговые войны.

### **Список использованной литературы**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации : принят Гос. Думой 22 дек. 1995 г.
2. О лицензировании и квотировании экспорта и импорта товаров (работ, услуг) на территории Российской Федерации : постановление Правительства РФ от 6 нояб. 1992 г. № 854.
3. О внесении изменений и дополнений в Постановление Правительства Российской Федерации от 8 мая 1998 г. № 430 «О применении таможенных режимов переработки товаров в алюминиевой промышленности» : постановление Правительства РФ от 19 дек. 1998 г. № 1508.
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации № 2181-р.
5. Таможенный кодекс РФ от 01.10 2009 г.
6. МФД-ИнфоЦентр. — Режим доступа: <http://mfd.ru/news/view/?id=68403>.
7. Pandia. — Режим доступа: <https://pandia.ru/459092>.

### **Информация об авторе**

*Шустикова Мария Владимировна* — аспирант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [hmv2012@yandex.ru](mailto:hmv2012@yandex.ru).

### **Author**

*Shustikova Maria Vladimirovna* — Post-graduate student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [hmv2012@yandex.ru](mailto:hmv2012@yandex.ru).

# ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

УДК 658:34

И.С. Бондаренко, М.В. Винокурова

## ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ У РОССИЙСКИХ СТАРТАПОВ В ЮРИСПРУДЕНЦИИ?

Статья посвящена проблеме создания стартапов в России, описаны особенности стартапов, положительные и отрицательные стороны создания стартапов в сфере юридических услуг. Автором проведен краткий анализ рынка юридических услуг для физических и юридических лиц. Результаты исследования показали, что юридические стартапы, создаваемые в основном молодыми юристами, способны удовлетворить спрос на широкий спектр юридических услуг, востребованных на рынке. Учитывая, что малый и средний бизнес активно поддерживается государством, создание юридических стартапов не только необходимо, но и возможно в России.

*Ключевые слова:* бизнес; поддержка; проект; стартап; услуги; фирма.

I.S. Bondarenko, M.V. Vinokurova

## IS THERE A FUTURE FOR RUSSIAN STARTUP IN JURISPRUDENCE?

The article is devoted to the problem of creating startups in Russia, describes the features of startups, the positive and negative aspects of creating startups in the field of legal services. The author conducted a brief analysis of the legal services market for individuals and legal entities. The results of the study showed that legal startups, created mainly by young lawyers, are able to satisfy the demand for a wide range of legal services demanded in the market. Given that small and medium businesses are actively supported by the state, the creation of legal startups is not only necessary, but also possible in Russia.

*Keywords:* business; support; project; startup; services; company.

Сегодня термином «стартап» обычно называют малобюджетный рискованный проект начинающих предпринимателей, стремящихся реализовать некую новую идею и заработать на этом деньги. Однако все не так просто.

Классическим определением понятия «стартап» принято считать то, которое сформулировал успешный американский стартапер Стивен Бланк, а именно: «Стартап — это *временная* структура, направленная на реализацию масштабированной бизнес-идеи» (курсив наш. — *И. Б., М. В.*) [1, с. 25].

В современном российском экономическом словаре есть следующее определение данного понятия: «Стартап — недавно созданная компания, находящаяся на этапе динамичного развития. Стартап предполагает обязательное использование инновационных технологий или бизнес-идей» [2, с. 20].

Евгений Дубинин, заместитель финансового директора ООО «ЛЭК» (Москва), писал: «Стартапом является только что созданная компания, которая находится на стадии развития построения бизнеса либо на основе новых инновационных идей, либо на основе только что появившихся технологий» [3, с. 9].

То есть у стартапа две отличительные особенности — это короткая история существования и принципиально новый подход к бизнесу. Однако это не означает, что стартап в обязательном порядке должен предполагать разработку инновационного подхода. Могут использоваться уже существующие технологии, но применяться они могут для какой-то новой целевой аудитории или для позиционирования с новой стороны какого-то всем знакомого продукта.

Хотелось бы обозначить и еще одну особенность стартапов — наличие носителя идеи, человека или группы людей со специфическим складом ума и характером, осуществляющих этот проект. Если проект окажется успешным, этих людей называют энтузиастами, гениями, провидцами, баловнями судьбы, если проект провалится — авантюристами и неудачниками.

Ошибочным мнением является убеждение, что стартап — это обязательно проект, созданный в Интернете. Существуют обоснования такого мнения: сфера интернет-бизнеса настолько активно развивается, что чуть ли не все новшества связаны именно со всемирной сетью. Поэтому и большинство людей, не разбирающихся глубоко в тонкостях бизнеса и новых технологий, любой интернет-проект называют заодно и стартапом.

И, тем не менее, настоящих стартапов становится все больше, примеры успешных стартап-проектов вдохновляют молодых и энергичных на риск, хотя гораздо больше примеров провалов стартапов. Практика показывает, что только те стартап-проекты, которые начинались с формирования глобальной идеи служения человечеству, продвижения науки и т.д., смогли преодолеть все трудности роста и развития и превратиться в долгосрочный прибыльный бизнес.

В сфере оказания юридических услуг существуют особенности, как осложняющие, так и упрощающие создание стартапа. К этим особенностям можно отнести, во-первых, кажущаяся перенасыщенность российского рынка предложениями юридических услуг, высокий уровень конкуренции.

Однако, на наш взгляд, это именно кажущаяся высокая конкурентность. Сегодня существует три основных группы участников рынка юридических услуг: адвокаты, нотариусы, юридические фирмы. Каждая из этих групп занимает свою нишу. Адвокаты в основном специализируются на уголовном праве и оказании юридических услуг физическим лицам. Нотариусы выполняют регистрационные и удостоверительные действия. Юридические фирмы занимаются преимущественно обслуживанием бизнеса. Но доступ на рынок юридических услуг лиц, не обладающих статусом адвоката, ограничен. Поэтому сектор рынка оказания юридических услуг физическим лицам может быть заполнен небольшими юридическими фирмами или частнопрактикующими юристами, работающими с гражданами.

Перечисление различных потребностей населения в юридической помощи выглядит впечатляюще:

- консультации по вопросам заключения сделок с недвижимостью, в том числе с земельными участками;
- консультации по вопросам прав потребителей;
- помощь по жилищным вопросам;
- консультации и помощь по семейным делам: по разводам, а с некоторых пор — по заключению браков, усыновлению и установлению опеки и т.д.;

- консультации и помощь по вопросам наследства (как передачи, так и получения);
- сфера социального обслуживания и т.д.

Можно составить примерную структуру рынка юридических услуг для физических лиц в России по проведенному нами опросу практикующих юристов (рис. 1).

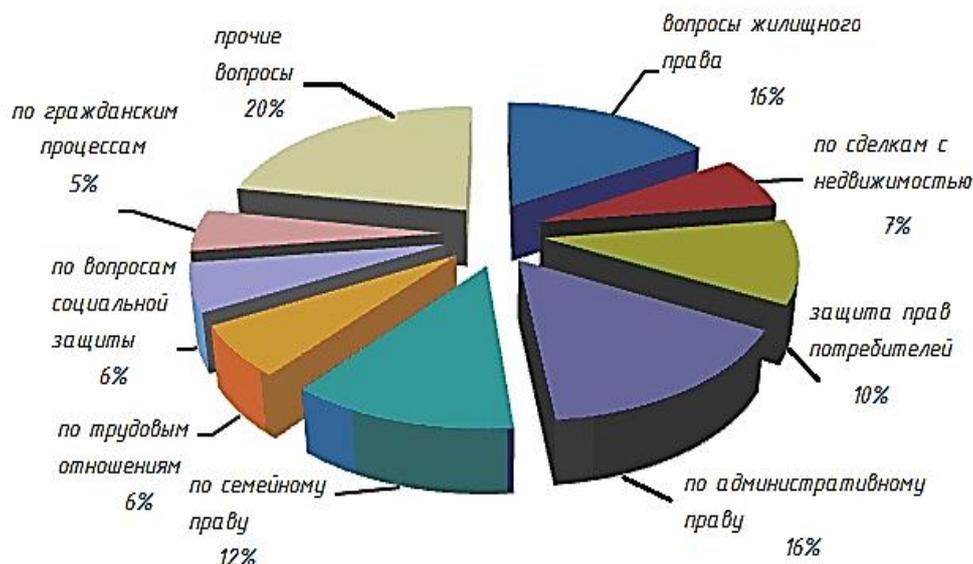


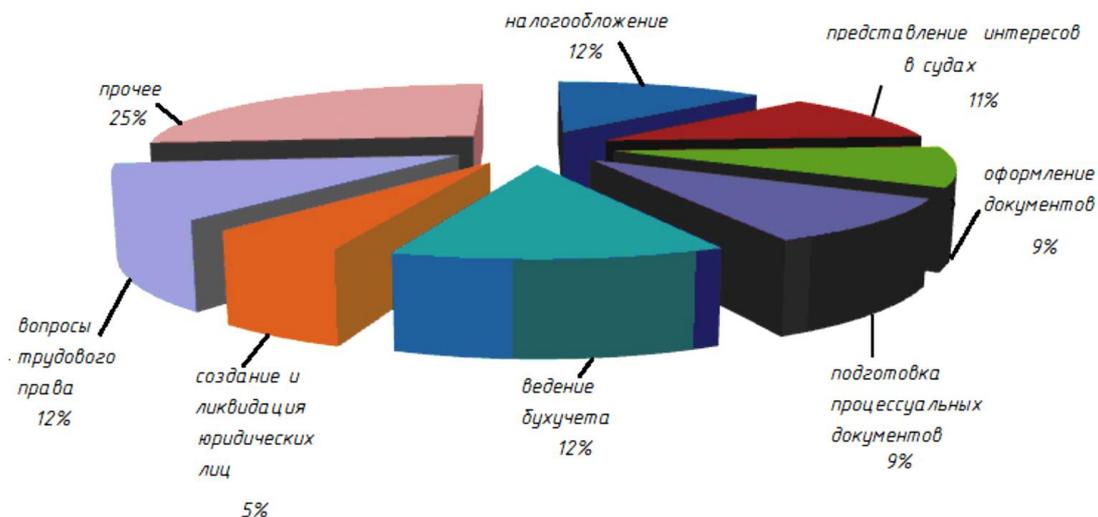
Рис. 1. Структура спроса на рынке юридических услуг у физических лиц

Это огромный потенциал для молодого юриста, желающего работать с населением, с физическими лицами.

Кроме того, в России действует множество индивидуальных предпринимателей, предприятий и организаций малого и среднего бизнеса, не имеющих возможности, да и необходимости содержать в штате юрисконсульта. Это целая сфера экономики, в которой на сегодняшний день в России работают тысячи организаций, нуждающихся в услугах юриста не на постоянной основе, но регулярно обращающихся к его услугам по вопросам предпринимательского и финансового права. Структура спроса на рынке юридических услуг для юридических лиц изучена путем проведения нами опроса практикующих юристов и представлена на рис. 2.

К сожалению, все еще очень востребованы как консультации, так и представительство юристов в уголовных делах, несмотря на государственную поддержку в виде предоставления бесплатных адвокатских услуг обвиняемым. Ведь и обвиняемые, и многие потерпевшие в уголовных процессах заинтересованы в том, чтобы их интересы представляли опытные и квалифицированные юристы, которые неформально отнесутся к проблемам своих клиентов, и которые будут их защищать интересы с большим энтузиазмом и рвением, максимально используя все законные меры для обеспечения защиты их прав. Огромным потенциалом также обладает рынок юридических услуг в сфере строительства: разобраться в нормативно-правовых актах в сфере строительства и эксплуатации жилых домов

индивидуальному застройщику просто невозможно, да и нет необходимости, ведь строительство одного дома не длится всю жизнь. И тут застройщику необходима помощь юриста-профессионала.



*Рис. 2. Структура спроса на рынке юридических услуг со стороны юридических лиц*

С другой стороны, в России ежегодно выпускаются тысячи молодых юристов с дипломами о высшем образовании. Они полны надежд и желания реализовать свои возможности в профессиональной деятельности. Они обладают необходимыми для работы знаниями, но отсутствие практического опыта ограничивает их возможности. Известно, что любой случай, с которым придется работать юристу, обязательно имеет прецеденты во времени или в пространстве. Но обычно юристы не делятся тайнами своих клиентов, и тем более — тайнами своего практического опыта. Поэтому именно собственная профессиональная практика дает юристу необходимые знания для ведения дел своего доверителя наиболее эффективным и малозатратным способом. Собственная юридическая компания — лучший способ получить такой опыт, стать высококвалифицированным специалистом, способным дать не только правильный совет, но и уберечь своего клиента от излишних материальных и моральных потерь. Для этого многие молодые юристы бросаются в «водоворот» бизнеса, не имея при этом знаний по экономике и финансам.

Огромное влияние на спрос услуг юристов оказывает традиционно сложившееся общественное мнение о том, что адвокаты нужны только виновным, при этом считается, что адвокаты зарабатывают на горе людей, что моральные и этические устои юристов ни на каком уровне, что они готовы ради денег защищать неправых ради своих гонораров. Вероятно, основания для такого имиджа юристов имеются, но именно честные и профессионально чистоплотные юристы должны своей работой менять общественное мнение в лучшую сторону.

Важным преимуществом молодого стартапера именно в сфере оказания юридических услуг является отсутствие необходимости в крупных первоначальных инвестициях. Знания, честность, трудолюбие — очень ценный капитал для

такого стартапера. Но инвестиции все-таки необходимы — начало деятельности связывается с необходимостью продвижения своей фирмы, и это, пожалуй, самая главная причина поиска источника финансирования.

На настоящем этапе в России функционирует комплексный механизм государственной поддержки стартапов.

К формам государственной поддержки стартапов [4, с. 10] относятся, в первую очередь, государственные субсидии — это отличный и надежный способ получить свой первоначальный капитал. Этот путь к инвестициям очень непрост. Запустить стартап можно также на собственные средства или воспользоваться краудфандинговыми платформами, типа CONSTART [5]. Один из наиболее простых способов получения стартового капитала — субсидия от биржи труда. Важное и критичное в такой ситуации отличие от обычного пособия — деньги выплачиваются единовременно.

Кроме субсидии, начинающий предприниматель может рассчитывать на получение многочисленных грантов от государства. В каждом регионе есть свои возможности государственного финансирования собственного бизнеса — эту информацию можно получить на официальном сайте мэрии города и на Федеральном портале малого и среднего предпринимательства. Общее требование — инновационность проекта и его полезность для конкретного региона.

Таким образом, стартапы в России, в том числе в области оказания юридических услуг, существуют, они востребованы, поддерживаются государством и способны стать надежным источником практического опыта и дохода для молодых юристов.

### **Список использованной литературы**

1. Blank S. The Four Steps to the Epiphany [Electronic resource] / S. Blank. — Mode of access: <http://library.globalchalet.net/Authors/Startup%20Collection/%5BBlank,%202007%5D%20The%20Four%20Steps%20to%20the%20Epiphany%20-%20Successful%20Strategies%20for%20Products%20that%20Win.pdf>.
2. Дубинин Е.Е. Стартапы и их формирование / Е.Е. Дубинин // Финансовый директор. — 2017. — № 7. — С. 9.
3. Никонова И.А. Проектное финансирование в России / И.А. Никонова // Региональная экономика: теория и практика. — 2016. — № 53. — С. 10.
4. Фонд развития интернет инициатив [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vc.ru/p/frii-putin>.
5. Экономический словарь современных терминов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://expbiz.ru/business-dictionary/24-startap.html>.

### **Информация об авторах**

*Бондаренко Ирина Сергеевна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [Walterina91933@yandex.ru](mailto:Walterina91933@yandex.ru).

*Винокурова Мария Викторовна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: mariav1982@mail.ru.

### **Authors**

*Bondarenko Irina Sergeevna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: Walterina91933@yandex.ru.

*Vinokurova Maria Viktorovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: mariav1982@mail.ru.

## РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Статья посвящена выявлению места цифровой экономики в развитии малого и среднего инновационного предпринимательства Российской Федерации. Особое внимание уделяется важности участия молодежи в процессе цифровизации. Проблема развития и поддержки молодежного предпринимательства на сегодняшний день изучена мало, поэтому требует более тщательных исследований. Выявлено, что для развития цифровой экономики России первостепенное значение приобретает разработка и внедрение учебных программ, позволяющих подготовить специалистов нового уровня, а также государственное стимулирование молодежи в сфере малого и среднего бизнеса.

*Ключевые слова:* цифровая экономика; цифровизация; молодежное предпринимательство; цифровые технологии; малый и средний бизнес; экономический рост; укрепление стратегических позиций.

A.I. Buyanova, M.V. Vinokurova

## DEVELOPMENT OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN THE DIGITAL ECONOMY

The article is devoted to identifying the place of the digital economy in the development of small and medium-sized innovative entrepreneurship of the Russian Federation. Special attention is paid to the importance of youth participation in the digitalization process. The problem of development and support of youth entrepreneurship today is little studied, and therefore requires more thorough research. It has been revealed that for the development of the digital economy of Russia, the development and implementation of training programs, which allow to train specialists of a new level, as well as state stimulation of young people in the field of small and medium business, are of primary importance.

*Keywords:* digital economy; digitalization; youth entrepreneurship; digital technology; small and medium-sized entrepreneurship; economic growth; strengthening strategic positions.

Научно-технологическое развитие России в настоящий момент времени характеризуется направленностью на внедрение и распространение цифровой экономики. Роли цифровой экономики в сфере предпринимательства в нашей стране должное значение стало придаваться относительно недавно, тогда как цифровая экономика в развитых и развивающихся странах мира начала внедряться примерно пять-восемь лет назад [3]. Поэтому, несмотря на возникающие сложности становления процесса цифровизации, именно данный курс позволит правительству Российской Федерации не только укрепить свои стратегические позиции на международной арене, но и открыть новые возможности для поднятия доли малого и среднего бизнеса в ВВП.

В утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 Стратегии развития информационного общества Российской Федерации на 2017–2030 гг. дано следующее определение цифровой экономики: «Цифровая экономика — это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [2].

По словам Л.Д. Капрановой, в одной из публикаций Организации экономического развития и сотрудничества термин «цифровая экономика» используется в отношении рынков, функционирующих на базе информационно-коммуникационных технологий, используемых для осуществления торговли информационными, цифровыми товарами или оказания услуг посредством Интернета [4].

Обобщая вышесказанное, можно определить цифровую экономику как систему экономических, социальных и культурных отношений, в основе осуществления которых лежит использование цифровых информационно-коммуникационных технологий. При этом она направлена не только на создание условий, необходимых для появления новых перспективных цифровых технологий, но и на применение передовых инновационных моделей организации бизнеса, торговли, производства, логистики. К примеру, банкоматы вместо отделений банков, различные мобильные приложения вместо таксопарков, онлайн-сервисы вместо турагентств, и т.п. — все это лишь малая часть процесса цифровизации, которая становится для людей уже настолько привычной, что они даже перестают замечать это.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день происходят постепенные структурные изменения в экономике, предполагающие индивидуализацию производства как в отношении организации экономической деятельности, так и в отношении создания новых продуктов и услуг. В связи с этим, колоссальное значение должно уделяться стратегическому значению цифровой экономики с целью увеличения конкурентоспособности малого и среднего инновационного предпринимательства.

Понятие предпринимательства согласно ст. 2 Гражданского кодекса Российской Федерации рассматривается как «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение, прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [1]. Применительно к процессу цифровизации предпринимательскую деятельность можно определить, как ее организацию в рамках компетенции самого создателя бизнеса, позволяющую получать максимальную прибыль только в том случае, если будут создаваться востребованные обществом товары и услуги с применением новейших цифровых технологий.

Не является секретом то, что основной движущей силой малого и среднего бизнеса является молодежь. Молодое поколение более активно и «безболезненно» реагирует на происходящие изменения. Кроме того, именно от молодых

предпринимателей чаще всего поступают различные инновационные и изобретательские задумки.

Одной из основных проблем малого предпринимательства является некомпетентность предпринимателя, т.е. недостаточные знания в таких областях знаний, как финансы, маркетинг, менеджмент, также отрицательную роль может сыграть отсутствие опыта в управлении, неспособность быстро реагировать и решать нестандартные задачи. Поэтому особую актуальность в рамках развития цифровой экономики приобретает необходимость серьезного вклада в развитие человеческого капитала России.

Известно, что конкурентные преимущества базируются на ресурсных факторах, т.е. природных, трудовых, финансовых и т.д. Определяющими для малого предпринимательства в аспекте цифровой экономики будут считаться сотрудники, обладающие высоким уровнем квалификации, а также для развития цифрового направления бизнеса немаловажно будет наличие цифровых платформ, предоставляющих своевременный доступ к информации. Для этого необходимо создавать и реализовать государственные программы развития цифровой экономики, предполагающие адаптацию новых технологий к потребностям бизнеса в рамках государственно-частного взаимодействия.

По нашему мнению, начиная со школьной скамьи необходимо создание благоприятной среды для формирования нового типа компетентных предпринимателей, т.е. творческих, инициативных, с набором необходимых предпринимательских знаний и умений, не боящихся адаптироваться к быстроменяющейся внешней среде и ориентированных преимущественно на цифровые технологии. На уровне университетов и других вузовских организаций должны быть поставлены задачи по подготовке учащихся специальным знаниям и навыкам, требуемым цифровой экономикой, т.е. существует объективная необходимость расширения ниши программ обучения и создания условий для их внедрения.

Таким образом, на сегодняшний день молодежное предпринимательство является важнейшим элементом процветания экономики страны, а нынешняя молодежь является будущим отечественной цифровой экономики. Именно поэтому должны быть созданы благоприятные условия, различные программы общегосударственного и регионального уровня, стимулирующие молодежь заниматься предпринимательством преимущественно в сфере цифровой экономики, что приведет к экономическому росту и повышению инвестиционной привлекательности нашей страны.

### **Список использованной литературы**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 2 [Электронный ресурс] : ФЗ от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ : (ред. от 03.08.2018 г.). — Режим доступа: <https://www.consultant.ru>.

2. О стратегии научно-технологического развития Российской Федерации [Электронный ресурс] : указ Президента РФ от 01.12.2016 г. № 642. — Режим доступа: <https://www.consultant.ru>.

3. Борзунов А.А. Развитие человеческих ресурсов как ключевой фактор обеспечения экономической безопасности компании в условиях цифровой экономики / А.А. Борзунов // Проблемы современной экономики. — 2017. — № 3. — С. 94–97.

4. Капранова Л.Д. Цифровая экономика в России: состояние и перспективы развития / Л.Д. Капранова // Экономика и управление. — 2018. — № 2. — С. 58–69.

### **Информация об авторах**

*Буянова Алина Игоревна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: w.alina.ru@mail.ru.

*Винокурова Мария Викторовна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: mariav1982@mail.ru.

### **Authors**

*Buyanova Alina Igorevna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: w.alina.ru@mail.ru.

*Vinokurova Maria Viktorovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: mariav1982@mail.ru.

**М.Г. Вурганов, О.В. Горбунова, М.В. Винокурова**

## **РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В МИРЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РОССИИ**

Мир меняется. В наше время трудно представить функционирование любой сферы жизни деятельности без помощи сетевых, компьютерных, электронных и множества других важных автоматизированных технологий. Происходящее сегодня слияние онлайн- и офлайн- сфер подтверждает развитие цифровой экономики. В данной статье рассматривается комплексное исследование цифровой экономики, которая подразумевает совокупность отраслей, связанных с появлением и внедрением новых технологий, таких как электронная промышленность, телекоммуникации, робототехника и программное обеспечение. И приводится выявление перспективы цифровизации экономики в мире и перспективы для России.

*Ключевые слова:* цифровая экономика; цифровые технологии; цифровизация; интернет; программы; инновации; цифровой рынок.

**M.G. Vurganov, O.V. Gorbunova, M.V. Vinokurova**

## **DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE OF THE DIGITAL ECONOMY IN THE WORLD AND PROSPECTS FOR RUSSIA**

The world is changing. Nowadays it is difficult to imagine the functioning of any sphere of life activity without the help of network, computer, electronic and many other important automated technologies. The current merging of online and offline spheres confirms the development of the digital economy. This article discusses the comprehensive study of the digital economy, which involves a set of fields related to the emergence and introduction of new technologies, such as the electronics industry, telecommunications, robotics, and software. And reveals the prospects for digitalization of the economy in the world and prospects for Russia.

*Keywords:* digital economy; digital technologies; digitalization; Internet; software; innovations; digital market.

Современные экономики развитых стран переходят на новый этап своего развития. Осуществляется переход к цифровой экономике, который обусловлен значительными изменениями способов и форм предоставления товаров и услуг потребителям. Наблюдается продолжающийся процесс усложнения общественных структур и отношений в обществе. Основой этого является переход на цифровые технологии, который вызывает рост потоков данных в экспоненциальном размере. Значимость и широкий охват данных процессов позволил поставить вопрос о формировании совершенно нового типа экономики, в котором основной упор, наибольший приоритет будет отдан не промышленному производству характерному для третьего технологического уклада и даже не автомобилестроению, нефтехимии и энергосистемам. В цифровой экономике главенствующее положение отводится обработке, передаче и использованию информации. Данные становятся наиболее дорогим ресурсом, теперь важен не факт обладания каким-

либо ресурсом, а наличие информации о данном ресурсе и возможность их интегрирования в планирование собственной деятельности.

В науке отсутствует единое определение, раскрывающее понятие цифровой экономики. В широком смысле слова под цифровой экономикой мы подразумеваем совокупность отраслей, которые связаны с появлением и внедрением новых технологий, таких как электронная промышленность, телекоммуникации, робототехника и программное обеспечение. На семинаре Всемирного банка 20 декабря 2016 г. Одним из определений цифровой экономики была парадигма ускорения экономического развития с помощью цифровых технологий [4].

Существуют также и другие трактовки. Доктор экономических наук, член-корреспондент РАН В. Иванов понимает под цифровой экономикой виртуальную среду, которая дополняет нашу реальность. Каждое наше действие в данной среде можно отнести к основным экономическим процессам, таким как производство, распределение, обмен и потребление товаров и услуг [8]. В свою очередь, другой профессор РАН, доктор технических наук Р. Мещеряков полагает, что существует два подхода к определению цифровой экономики. Первый подход является классическим и исходит из того, что цифровая экономика — это экономика, которая основана на цифровых технологиях, необходимо характеризовать ее лишь как область электронных товаров и услуг. Второй подход заключается в понимании цифровой экономики как экономического производства и использования цифровых технологий [3].

Цифровая экономика имеет свои предпосылки. В 60-х гг. прошлого века произошла цифровая революция. Она вылилась в несколько волн инноваций, сменяющих друг друга. Каждая волна была масштабнее и быстрее предыдущей. Переход от ЭВМ огромного размера до персональных компьютеров длился несколько десятилетий, сейчас же революционные изменения происходят за месяцы и годы. Первый этап цифровизации общества привел к автоматизации существующих бизнес-процессов и технологий, второй этап, начавшийся в последнем десятилетии XX в., благодаря повсеместному развитию интернета, привел к схеме операционной модели компаний. Особенно изменения коснулись банковского и телекоммуникационного секторов. Цифровизация позволила значительно снизить издержки и повысить эффективность затрат и управления. В традиционных отраслях цифровизация позволила применить новые методы анализа огромных объемов данных для принятия наиболее эффективных управленческих решений.

В мире происходит значительное увеличение количества людей, пользующихся интернетом. Упрощается доступ к электронным источникам информации. Так, на 1 июня 2017 г. пользователей интернета насчитывалось порядка 3,9 млрд человек, а 1 января 2018 г. данный показатель достиг отметки уже в 4,021 млрд пользователей. Учитывая, что население земного шара находится на уровне 7,6 млрд человек, получается, что доля людей, пользующихся интернетом, достигла порядка 53 %. Основная часть интернет-пользователей проживает в развитых странах, например, США, Япония, страны ЕС. Большая часть людей, пользующихся интернетом проживает в Азии, однако это объясняется не широким

распространением интернета, лишь половина жителей пользуется им, а значительным количеством жителей данных стран. В Северной Америке интернетом пользуется 88 % населения [7].

В нынешнее время страной с наилучшим развитием цифровых технологий, с их наилучшей интеграцией в экономику является США. Около трети ВВП страны подвержена влиянию современных цифровых технологий, в это же время 60 % финансового сектора Соединенных Штатов Америки были переведены на цифровую основу. Американские эксперты считают, что масштабное внедрение информационно-коммуникационных технологий в производственную сферу и повседневную жизнь общества обеспечивает совершенствование технологий производства, улучшение взаимодействия с потребителями, позволяя наиболее точно удовлетворять их потребности, а также позволяет сокращать срок выпуска продукции и снижение ее себестоимости [5].

В 2017 г. в рейтинге крупнейших компаний мира первые места заняли компании, функционирующие в цифровой экономике. Apple, Alphabet, Microsoft, Amazon, Facebook входят в десятку крупнейших мировых компаний. Это наглядно демонстрирует уровень влияния высокотехнологичных компаний на мировую экономику. Также важно отметить, что большая часть данных компаний зарегистрирована в США, что еще раз подчеркивает ведущую роль Соединенных Штатов Америки в области цифровой экономики [2].

Европейский союз понимая важность цифровой экономики, ее приоритет для развитых стран мира создает различные программы, позволяющие ему закрепиться в лидерах цифровизации экономики. Это позволяет ему не только сохранить независимость от фрагманов данного процесса, но и получить дополнительный рост экономики. Одной из стратегий, направленных на данную деятельность является создание Digital Single Market Strategy — стратегии Единого Цифрового рынка (DSM) в Европе. По мнению ряда экспертов DSM способен принести Европе дополнительно 415 млрд евро в год и предоставить несколько сотен тысяч рабочих мест. Согласно исследованиям McKinsey Global Institute, «за прошедшее десятилетие трансграничные потоки данных увеличились в 45 раз, и к концу 2020 года прогнозируется еще одно их увеличение в 9 раз» [1].

Именно поэтому ЕС создает единый цифровой рынок, способный развивать и укреплять свободы европейского рынка. Создание DSM обусловлено в первую очередь:

1. Необходимостью продвижения и интеграции цифровых технологий для развития экономики и общества.
2. Необходимостью ведения глобальных дискуссий по вопросам регулирования интернета.
3. Увеличением доли цифровых технологий в экономических процессах.

На данный момент DSM является основным активом ЕС, целью которого является занять важное место в международной цифровой экономической системе. Конкретными мерами на укрепление своего цифрового влияния являются:

1. Стимулирование развития экономик развивающихся стран Африки, поддержка их проектов, с использованием европейских технологий.
2. Развитие и интеграция в DMS восточно-европейских стран партнеров.

3. Заключение соглашений о торговле и ассоциации в Европе, позволяющих упрощать и стимулировать торговлю данными, в совокупности с товарами и услугами.

4. Проработка подобных соглашений с лидерами азиатского рынка, такими как Япония и Южная Корея, а также странами Латинской и Северной Америк.

Европейский союз стремится занять значительную долю рынка в развитии инфраструктуры, обеспечивающей общемировое, доступное подключение к электронным системам. Показательным примером является финансирование строительства подводного кабеля связи, который соединит ЕС и Латинскую Америку, что в свою очередь не только улучшит качество связи, но и снизит ее издержки [6].

В Российской Федерации насчитывается 87 млн пользователей интернета. Это порядка 72 % жителей страны. Основная аудитория пользователей интернета — молодежь, однако на данном этапе расширение аудитории идет уже за счет лиц предпенсионного и пенсионного возрастов. Одновременно с этим 35 млн граждан пользуются услугами интернет-банкинга.

В России ведется большое количество исследований в области цифровой экономики, разрабатываются множество программ и планов действия. Так премьер-министром Российской Федерации Д.А. Медведевым была утверждена программа «Цифровая экономика в Российской Федерации», в которой определены основные цели и задачи по созданию цифровой экономики до 2025 г. Упор делается на создание единого цифрового пространства со странами Евразийского экономического союза.

Россия проделала огромные шаги в развитии цифровых технологий. Флагманами в данной сфере являются такие крупные компании, как первый независимый онлайн-банк «Тинькофф Банк», не имеющий физических отделений, такие системы как «Яндекс» и Mail.ru, а также площадка электронных объявлений Avito и социальная сеть «ВКонтакте».

Для успешного развития экономики России необходимо увеличение объема частных инвестиций в цифровизацию, а также поддержка со стороны государства, как в виде государственных контрактов, так и прямых инвестиций. Необходимо системное внедрение цифровых технологий в социальной сфере, образовании и государственном управлении. Подключение бюджетных учреждений, таких как больницы и образовательные учреждения дошкольного, школьного и высшего образования. Создание коммуникаций между органами власти, направленными на сокращение их отделений и переход на электронный документооборот так, на примере портала «Госуслуги» видно, что данная деятельность возможна на практике и пользуется большой популярностью.

Таким образом, цифровая экономика является важной частью успешного развития всех сфер общества. Это новый уклад во всех отраслях мировой экономики. Она может стать основой значительного экономического роста и значительного повышения качества жизни населения. Наибольшее влияние цифровая экономика оказывает на развитие финансовых услуг и торговли, вместе с этим в производственной сфере процесс цифровизации позволяет значительно снижать издержки в

принятии решений, а также увеличивать производительность труда, за счет автоматизации и механизации производства. Неизбежность огромного влияния электронно-коммуникационных продуктов на конкурентоспособность экономики дает развивающимся странам выбиться в лидеры в данной сфере, что позволит им значительно модернизировать свои экономики и занять существенно более выгодное положение в мире. Россия, обладая выгодным положением в мире, а также владея новейшими разработками в космической и оборонной сфере способна стать одной из стран с наиболее развитой цифровой экономикой.

### Список использованной литературы

1. Digital globalization: The new era of global flows / ReportMcKinsey Global Institute. February [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows>.

2. Капранова Л.Д. Цифровая экономика в России: состояние и перспективы развития [Электронный ресурс] / Л.Д. Капранова // Экономика. Налоги. Право. — 2018. — № 2. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-v-rossii-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya>.

3. Полянина А. Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин [Электронный ресурс] / А. Полянина // РИА Новости. — 2017. — Режим доступа: <https://ria.ru/science/20170616/1496663946.html>.

4. Развитие цифровой экономики в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://gosbook.ru/node/94904>.

5. Ревенко Н.С. Цифровая экономика США в эпоху информационной глобализации: актуальные тенденции / Н.С. Ревенко // США и Канада: экономика, политика, культура. — 2017. — № 8 (572). — С. 78–100.

6. Соловьев А.И. Single digital Market of the European Union: current State and development trends [Электронный ресурс] / А.И. Соловьев, В.П. Куприяновский // Inter-national Journal of Open Information Technologies. — 2017. — №10. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/single-digital-market-of-the-european-union-current-state-and-development-trends>.

7. Стародубцева Е.Б. Цифровая трансформация мировой экономики [Электронный ресурс] / Е.Б. Стародубцева, О.М. Маркова // Вестник АГТУ. — 2018. — № 2. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-mirovoy-ekonomiki>.

8. Урманова А. Как специалисты понимают цифровую экономику [Электронный ресурс] / А. Урманова // Новости сибирской науки. — 2017. — Режим доступа: <http://www.sib-science.info/ru/news/kak-spetsialisty-16062017>.

### Информация об авторах

*Вурганов Максим Геннадьевич* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [maxvur@mail.ru](mailto:maxvur@mail.ru).

*Горбунова Ольга Викторовна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: olga\_gor98@mail.ru.

*Винокурова Мария Викторовна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: mariav1982@mail.ru.

### **Authors**

*Vurganov Maksim Gennadyevich* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: maxvur@mail.ru.

*Gorbunova Olga Viktorovna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: olga\_gor98@mail.ru.

*Vinokurova Maria Viktorovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: mariav1982@mail.ru.

## КРАУДФАНДИНГ КАК ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Выделен краудфандинг как основной из множества факторов активизации молодежного предпринимательства. Рассмотрены особенности краудфандинга в российских условиях. Предложена стратегия активизации инновационной деятельности организаций на основе использования краудфандинга в России. Обосновано создание государственной краудфандинговой платформы с целью активизации молодежного предпринимательства.

*Ключевые слова:* краудфандинг; фактор; активизация; молодежное предпринимательство; стратегия; инновации.

E.V. Lebedeva, K.S. Glushkova

## CROWDFUNDING AS A FACTOR OF ACTIVATION OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP

Crowdfunding is identified as the main of many factors of youth entrepreneurship activation. Features of crowdfunding in the Russian conditions are considered. The strategy of activation of innovative activity of the organizations on the basis of use of crowdfunding in Russia is offered. Creation of the state crowdfunding platform for the purpose of activation of youth entrepreneurship is proved.

*Keywords:* crowdfunding; factor; activation; youth entrepreneurship; strategy; innovation.

Место любой национальной экономики в мире определяется степенью ее инновационности и способностью к быстрому развитию. Успех экономических преобразований в стране в существенной мере зависит от наличия предпринимателей, способных эффективно трудиться в условиях динамичной экономики, владеющих современными знаниями и профессионализмом. Большинство из тех, кто имеет предпринимательские способности и склонности к ведению собственного бизнеса, не обладают необходимыми первоначальными финансовыми ресурсами для занятий этой деятельностью, что сужает возможности для развития предпринимательства.

В современных условиях экономики России остается актуально развитие молодежного предпринимательства. Именно этому сектору экономики принадлежит главная роль в процессе повышения уровня благосостояния населения, улучшения качества продукции и предоставляемых услуг за счет роста конкуренции [1, с. 594]. Молодежная предпринимательская инициатива может стать одним из основных факторов, с помощью которого можно повысить уровень инновационности российской экономики [3, с. 10].

В настоящее время ученые-исследователи и практики выделяют и предлагают множество способов и факторов активизации молодежного предпринимательства. В ходе ранжирования и оценки угроз экономической безопасности Рос-

сии мы выяснили, что одной из самых главных проблем в сфере повышения экономической безопасности является низкая инновационная активность организаций страны, низкая заинтересованность предприятий в инвестициях в науку и образование. Государство тратит до 3 % от инвестиций в основной капитал на нужды образования и науки. Как следствие, российская экономика отстает в технологическом плане от экономик развитых стран мира. Это приводит к низкой наукоемкости производств и слабой конкуренции несырьевых товаров, произведенных российской экономикой. Вследствие чего, на мировом финансовом рынке не присутствуют российские компании с высокой инновационной активностью. Необходимо улучшение ситуации в области инвестиций в инновационную деятельность. С авторской точки зрения предлагаем рассматривать краудфандинг в качестве основного фактора активизации предпринимательства среди молодежи. Краудфандинг — это социальная технология финансирования, основанная на коллективных добровольных пожертвованиях различных проектов.

Необходима разработка стратегии по обеспечению увеличения инвестиций в инновации. Мы считаем, что отечественные компании всех уровней от госкорпораций до предприятий малого бизнеса должны быть максимально заинтересованы в инновациях. Нами разработана стратегия концентрированного роста увеличения инновационной активности предприятий внутри страны. Она основана на принципе мониторинга деятельности эффективных компаний. Эффективными в данной стратегии считаются компании, которые инвестируют в инновационную деятельность более 5 % от фактической прибыли. Данная стратегия направлена исключительно на предприятия среднего бизнеса и все государственные компании.

Процентная ставка в размере 5 % была выбрана, исходя из анализа зарубежного опыта передовых технологических компаний. В табл. 1 представлены данные по передовым зарубежным технологическим компаниям за 2016 г. Данная таблица, на наш взгляд, является обоснованием процентной ставки в предлагаемой стратегии. Стоит отметить, что такие гиганты на рынке инноваций как Самсунг, Фольксваген, Интел и другие существуют за счет развитой системы инновационных исследований. Их новые разработки способствуют их финансовой состоятельности.

Таблица 1

**Данные по передовым зарубежным технологическим компаниям за 2016 г.**

Компания	Страна	Индустрия	% от фактической прибыли, вложенный в инновационную деятельность
Volkswagen	Германия	Автомобилестроение	15,3
Samsung	Южная Корея	Компьютерные технологии и электроника	14,1
Intel	США	Компьютерные технологии и электроника	11,5
Microsoft	США	Программное обеспечение и интернет	11,4

Компания	Страна	Индустрия	% от фактической прибыли, вложенный в инновационную деятельность
Amazon	США	Программное обеспечение и интернет	9,3
Toyota	США	Автомобилестроение	9,2
GlaxoSmithKline	Великобритания	Здравоохранение	5,7
AstraZeneca	Великобритания	Здравоохранение	5,6

Разработанная стратегия по выявлению эффективных и неэффективных компании на основе финансового мониторинга государственного предприятия или предприятия среднего бизнеса является решением проблем, указанных в Распоряжении от 8 декабря 2011 г. «О стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года». Стоит отметить, что предлагаемая стратегия не подразумевает под собой участие предприятий малого бизнеса ввиду низкой рентабельности производства этой ниши в экономике.

Мы считаем, что при реализации данной стратегии увеличение инновационной активности компаний России увеличится с 9,4 до 12,0 % в первый год реализации и до 14,0 % в следующий год реализации стратегии.

Также в предлагаемую стратегию входит создание государственной краудфандинговой платформы, т.е. использование современных интернет-технологий для привлечения необходимого инвестиционного капитала в инновационную сферу.

Краудфандинг — это способ привлечения средств, основанный на добровольных взносах. Все это реализуется посредством специализированного интернет-сайта, именуемого краудфандинговой платформой, на которой автор-инициатор предлагает свою идею для финансирования. По результатам исследований можно сделать вывод, что российские компании явно проигрывают зарубежным в плане привлеченных средства 360 млн р. и 660 млн р. против 5 млрд дол. США и 3 млрд дол. США. По общему количеству проектов российские платформы также уступают заграничным, в среднем 4 тыс. отечественных против 1,2 млн проектов в США [2]. Но этот факт говорит, скорее, о неразвитой модели краудфандинг-бизнеса в нашей стране ввиду позднего осознания важности этой сферы.

На наш взгляд, уже сейчас необходимо использовать преимущества интернет среды и системы-краудфандинга для преодоления технологического отставания в экономике. Нашим главным предложением является создание краудфандинг-сервиса, узкой сферы направленности, подконтрольной государству. Под узкой направленностью мы понимаем размещение проектов исключительно технологического характера, исключая возможность публикаций проектов развлекательного характера.

Основными плюсами создания государственной краудфандинг площадки являются:

- возможность создания специализированной системы по поддержке изобретателей;
- большое число потенциальных пользователей: как инвесторов, так и создателей проектов;
- возможность технологического прорыва в области инноваций;
- стимулирование научной деятельности на всех уровнях.

К рискам стоит отнести:

- низкую заинтересованность потенциальных инвесторов в инвестициях в инновации;
- неосведомленность потенциальных создателей проектов в возможности использования подобной площадки;
- недостаточную нормативно-правовую базу в данной области, в частности, в вопросах шпионажа технологий и инноваций.

Стоит отметить, что создание подобных государственных сайтов — это частая практика в истории современного российского государства. Примером может служить сайт единой информации системы в сфере закупок, для которого была разработана специальная нормативная база ФЗ № 223 от 18 июля 2011 г. «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» и ФЗ № 44 от 05.04.2013г. (ред. от 31.12.2017 г.) «О контрактной системе в сфере закупок» [4; 5].

На наш взгляд, новый сайт и штат сотрудников должен находиться в ведении Министерства образования и науки Российской Федерации. Мы считаем, что финансирование должно производиться за счет бюджетных ассигнований данного Министерства.

Для создания такой платформы необходима соответствующая нормативно-правовая база. В данный момент существует проект Федерального закона «Об альтернативных способах привлечения инвестиций». По нашему мнению, необходимо ускорить принятие данного закона ввиду острой социально-экономической необходимости. Также необходимо пересмотреть гл. 2 «Оператор инвестиционной платформы», ст. 6 «Требования к оператору инвестиционной платформы». В целом существует необходимость пересмотра классификации краудфандинг-платформ, потому как в проекте Закона такие площадки классифицируются как организаторы торговли. Мы же считаем, что это не совсем верная классификация.

Для создания подобного государственного сайта упомянутому ранее Министерству необходимо создать тендер на сайте государственных закупок, в котором должна быть указана следующая информация:

- технические характеристики данного сайта (тематика, научная направленность, возможность вмешательства в работу сайта и т.п.);
- требования к материалам, находящимся на сайте;
- территория распространения;
- общее количество информационных материалов;
- среднесуточная посещаемость интернет-сервиса;
- требования к результатам и содержанию работы;

- сроки оказания услуг;
- сведения о начальной (максимальной) цене договора;
- форма и порядок оплаты услуг;
- требования к участникам тендера;
- перечень документов, необходимых для участия в тендере.

В целом же отметим, что не существует типового технического задания, которое бы соответствовало нашим требованиям. В связи с этим необходимо, как было сказано ранее, разработать необходимую нормативно-правовую базу краудфандинга.

На наш взгляд, начальная цена договора должна составлять 1,7 млн р. Эта сумма основывается на исследованиях среднерыночной цены для создания сайтов подобного типа и обеспечения их функционирования. В табл. 2 представлен анализ услуг по созданию сайтов в России за 2017 г.

Таблица 2

### **Анализ услуг по созданию сайтов в России за 2017 г.**

Дизайн продукта	350 тыс. р.
Разработка логотипа	100 тыс. р.
Разработка маркетинговой компании	200 тыс. р.
Наем маркетингового консультанта	80 тыс. р./мес.
Реклама сайта	500 тыс. р.
Обеспечение стабильной работы площадки	80 тыс. р./мес.
Бонусы для первых пользователей площадки	200 тыс. р.

Считаем, что правильным было бы ввести комиссию в 5 % на конечную сумму проекта. Эти 5 % будут использованы для окупаемости сайта и его дальнейшего продвижения путем активного маркетинга, проведения форумов по популяризации краудфандинг-платформы.

Предложенные пути повышения инвестиционно-инновационной активности компаний на основе использования краудфандинга будут способствовать началу цепной реакции во всей экономике страны и активизации молодежного предпринимательства. Это позволит запустить процесс решения проблем, связанных с технологическим отставанием, что, в свою очередь, увеличит вероятность ухода от модели сырьевой экономики. Решение проблемы низкой инновационной активности организаций России позволит повысить уровень экономической безопасности как элемента национальной безопасности страны.

### **Список использованной литературы**

1. Милославский В.Г. Молодежное предпринимательство как фундамент развития среднего класса в России [Электронный ресурс] / В.Г. Милославский // Молодой ученый. — 2016. — № 8. — С. 594–597. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/112/28765>.

2. Обзор краудфандинговых платформ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.probivnoy.com/kraudfanding-chto-eto-obzor-kraudfandingovyx-platform.html>.

3. Раковская О.А. Социальные ориентиры молодежи: тенденции, проблемы, перспективы / О.А. Раковская. — М. : Наука, 2006. — 192 с.

4. О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц [Электронный ресурс] : федер. закон от 18.07.2011 г. № 223. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular>.

5. О контрактной системе в сфере закупок [Электронный ресурс] : федер. закон от 05.04.2013 г. № 44 : (ред. от 31.12.2017 г.). — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular>.

### **Информация об авторах**

*Лебедева Екатерина Владимировна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономической безопасности и финансового мониторинга, Воронежский государственный университет инженерных технологий, г. Воронеж; e-mail: [leontieva\\_2014@mail.ru](mailto:leontieva_2014@mail.ru).

*Глушкова Кристина Сергеевна* — студент, кафедра экономической безопасности и финансового мониторинга, Воронежский государственный университет инженерных технологий, г. Воронеж; e-mail: [christiserg.ru@gmail.com](mailto:christiserg.ru@gmail.com).

### **Authors**

*Lebedeva Ekaterina Vladimirovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of economic security and financial monitoring, Voronezh State University of engineering technologies, Voronezh; e-mail: [leontieva\\_2014@mail.ru](mailto:leontieva_2014@mail.ru).

*Glushkova Kristina Sergeevna* — student, Chair of economic security and financial monitoring, Voronezh State University of engineering technologies, Voronezh; e-mail: [christiserg.ru@gmail.com](mailto:christiserg.ru@gmail.com).

## ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Обосновывается целесообразность организации предпринимательства в цифровой экономике, выделяется ее важность для развития потенциала и национальной экономики страны. Дано определение понятия цифровой экономики. Определяется место предпринимательства в цифровой экономике и приводится ряд его характеристик. Выделяются положительные и отрицательные стороны цифровой экономики, риски и преимущества, которые может принести цифровая экономика для организации и развития предпринимательства. Уделено внимание новым сферам услуг и производства, новым профессиям, которые создаются в результате организации предпринимательства в цифровой экономике.

*Ключевые слова:* цифровая экономика; предпринимательство; цифровая платформа; интернет-сайт; онлайн-торговля; новые сферы услуг и производства.

М.А. Matveeva, E.A. Okomina

## ADVANTAGE AND DISADVANTAGES ENTERPRENEURSHIP IN THE DIGITAL ECONOMY

The expediency of the organization of entrepreneurship in the digital economy is justified, its importance for the development of the potential and the national economy of the country is highlighted. The definition of the concept of digital economy is given. The place of entrepreneurship in the digital economy is determined and a number of its characteristics are given. The positive and negative aspects of the digital economy, the risks and benefits that a digital economy can bring to the organization and development of entrepreneurship are highlighted. Attention is paid to new areas of services and production, new professions that are created as a result of the organization of entrepreneurship in the digital economy.

*Keywords:* digital economy; entrepreneurship; digital platform; Web site; online trading; new services and production.

Смарт-город, цифровая площадка экономики, цифровая медицина, блокчейн, робототехника и многое другое уже давно вошли в обычную жизнь любого человека. Но это только начало развития общества.

Цифровая экономика с каждым днем увереннее входит в жизнь человека. В будущем она способна полностью вытеснить материальную экономику. Многие уже привыкли использовать безналичный расчет и делать онлайн-покупки в интернет-магазинах.

Цифровая экономика оказывает непосредственное влияние как на внутреннюю, так и на внешнюю среду бизнеса. Большим компаниям и маленьким предприятиям необходимо реагировать на новые законы цифровой экономики и подстраиваться под них. Так цифровая экономика может дать шанс новому предпринимательству и полностью уничтожить компании со старым товаром и видением мира.

Цифровая экономика устанавливает новые правила игры под названием «бизнес», и именно поэтому в данной статье будут рассмотрены риски, которые может принести такая экономика предпринимательству, и преимущества предпринимательства в новой экономике.

Для начала нужно понять, что же такое цифровая экономика.

Впервые термин «цифровая экономика» был употреблен в 1995 г. Николасом Негропonte, который является американским ученым из Массачусетского университета, при разъяснении коллегам преимуществ новой экономики в сравнении со старой в связи с интенсивным развитием информационно-коммуникационных технологий.

Цифровая экономика — это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг. Именно такое определение дано в уже утвержденной «Стратегии развития информационного общества РФ на 2017–2030 годы».

Иными словами, можно сказать, что цифровая экономика — это деятельность, тесно взаимосвязанная с развитием цифровых компьютерных технологий, которая включает в себя сервисы по предоставлению онлайн-услуг, безналичный расчет, интернет-торговлю, краудфандинг и т.п. Обычно главными элементами цифровой экономики называют электронную коммерцию, интернет-банкинг, электронные платежи, интернет-торговля [2].

Также цифровую экономику принято рассматривать как некую модель, которая уже в определенной степени функционирует. Цифровая экономика — это такой вид экономики, где в качестве производственного комплекса, производственной системы, создающей продукты и услуги, обеспечивающей жизнь и комфорт человека, населения, выступает некая киберфизическая система.

В самом широком смысле слова цифровая экономика — это интеграция виртуального и реального. Не только все денежные операции, которые осуществляются с помощью Интернета, но и все процессы, связанные с производством переведенные в цифровое пространство. Наличие сайта и возможность оплачивать покупки онлайн — малая часть цифровой экономики [4].

Уже сейчас можно привести немало примеров компаний с многомиллионными оборотами, которые ведут свой бизнес через интернет и не имеют физического представительства в реальном мире.

Многие начинающие бизнесмены возлагают большие надежды на цифровую экономику, так как она дает много преимуществ. Преимущества предпринимательства, действующего в цифровой экономике:

- большая доступность технологии искусственного интеллекта, робототехники средним и малым предприятиям, а не только большим компаниям;
- непосредственная взаимосвязь производителя с потребителями, удаление множества посредников;

- сокращение некоторых видов издержек и повышение производительности труда;
- больше возможностей для маркетинговой политики и расширения рынка сбыта товаров и услуг;
- снижение барьеров выхода на рынок для новых предприятий и увеличение «ниш» новых сфер производства и услуг [5].

Роботы, автоматизация, искусственный интеллект в производстве в прошлом люди видели только в кинофильмах, позже они появились, но позволить себе приобрести такие технологии могли только крупные корпорации. В настоящее же время это уже не редкость, и любое среднее или даже малое предприятие может себе позволить приобрести необходимого ему робота или же установить у себя на производстве искусственный интеллект. Внедрение таких технологий позволяет значительно сократить время процесса выполнения отдельных этапов производства, позволяет провести безошибочный анализ рынков, динамики и т.п., что позволяет сократить расходы на маркетинговые исследования и заработную плату рабочим, в прошлом выполняющим данный этап вручную. И это только малая часть их функции.

Множество цифровых площадок, таких как, например, Big Data, позволяют существенно сократить расстояние между производителем и потребителем, практически удалить посредников между ними. Так с помощью интернета и различных мессенджеров производитель может непосредственно спросить у потребителей, какие товары или услугу были бы предпочтительней. Так же с их помощью оптимизировать собственную цену на тот или иной товар или услугу. Найти на данных цифровых площадках свой круг потребителей. Сравнивая с прошлым, когда производителям было необходимо целый отдел маркетологов и иных специалистов, чтобы понять какой товар необходимо производить и что же желают потребители, цифровая экономика явно выделяется с лучшей стороны [2].

Предпринимательство уже давно расширило свой рынок сбыта продукции благодаря цифровой экономике, а точнее интернета и онлайн-торговли. Многие потребители предпочитают приобретать необходимые им товары через интернет-магазины, ведь так удобнее: не нужно тратить время и силы на походы в магазин, нет очередей, весь спектр ассортимента на экране, есть доставка до покупателя. Бизнесу же это приносит большие преимущества. Нет арендной платы за помещение под точку сбыта, есть возможность показа всего ассортимента, доступ к потребителям, находящимся в любой точке мира, оплата происходит в электронном виде, а значит, нет риска в получении фальшивых наличных денег, нет потребности во множестве продавцов и многие другие. Так, в 2017 г. объем продаж в интернете вырос на 16 %, а годовой расход на такие покупки составил около 1,5 трлн дол. Почти 1,8 млрд человек по всему миру сегодня покупают онлайн [1, с. 68].

Цифровая экономика дает возможность эффективного развития рекламы. Социальные сети, рассылки, интернет-сайты — все это одна большая реклама бизнеса. Так любой предприниматель, независимо от размера его бизнеса, может найти своих потребителей в интернет паутине, рассказать о своем бизнесе с по-

мощью рассылки в социальных сетях [3]. Доля интернета в рекламе в России является наибольшей и составляет 39,9 %. За 2017 г. реклама в интернете принесла 166,3 млрд р. (рост на 14 %).

Новый цифровой мир позволяет расширить зону охвата, выходить на новые категории клиентов, модифицировать свой продукт. Чтобы стать цифровым предприятием нужно искать конкурентные преимущества, встраиваться в глобальные технологические цепочки, использовать венчурное финансирование.

Также цифровая экономика открывает новые сферы услуг и производства, создавая новые профессии:

- персональный бренд-менеджер;
- виртуальный адвокат;
- модератор платформы общения с представителями государственных органов;
- инфостилист;
- цифровой лингвист;
- тайм-брокер;
- дизайнер интерфейсов.

Исходя из данных профессий, открываются новые компании по предоставлению данных услуг. Цифровая экономика так же преобразует старые виды услуг в более прогрессивные и комфортабельные. В качестве примера можно привести внедрение и совершенствование работы цифровых сервисов для организации пассажирских и грузовых перевозок. Так в течение ближайших четырех лет практически вся железная дорога будет переведена в сферу цифровой экономики [2].

Начинать свой бизнес станет намного легче и понятнее. Если в прошлом предприниматели сами находили места под аренду, составляли бизнес-модели, искали банки для кредитов, то в настоящее время, благодаря развитию цифровой экономики, уже создан специализированный портал для помощи начинающим бизнесменам. Данная цифровая платформа предоставляет готовые бизнес-модели, которые могут быть использованы под собственный индивидуальный бизнес, помощь в поиске наиболее выгодных и удобных кредитов, информацию о государственной помощи малым и средним предприятиям и т.п. Примером такой платформы служит бесплатный портал «Бизнес-навигатор МСП», который был презентован в Новосибирске в рамках проекта «Инновации для бизнеса» [1, с. 65].

Но, несмотря на все преимущества, в цифровой экономике существует ряд недостатков для предпринимательства:

- возрастает риск предпринимательской деятельности;
- малочисленность специализированных кадров;
- сокращение ряда сфер производства и услуг.

Цифровая экономика — это, несомненно, прогресс, повышение комфортабельности и создания чего-то нового. Но создавая новые «ниши» предпринимательства, она удаляет устаревшие. Так, например, появились специализи-

рованные программы, которые полностью заменяют бухгалтеров, т.е. идея открытия частной компании по предоставлению услуг бухгалтеров уже неактуальна. Также постепенно уходит на нет «живая» торговля одеждой, так как большинство потребителей предпочитают интернет-магазины [5].

Перед предпринимателями, работающими в условиях цифровой экономики в настоящее время, стоит большая проблема в виде острой нехватки специализированных в данной сфере кадров. Цифровая экономика в России только начала свое большое внедрение, и поэтому соответствующие кадры не подготовлены. Да и сами абитуриенты не до конца понимают, какие же профессии будут в будущем актуальны.

Таким образом, цифровая экономика имеет свои недостатки и преимущества. Преимущества существенно перекрывают все недостатки. И как бы не спорили некоторые специалисты и не противились внедрению такой экономики, процесс уже запущен и остановить его нельзя. Если бы Россия приступила к развитию цифровой экономики на своей территории чуть раньше, то большинство названных недостатков можно было избежать. Прогресс свойственен любой стране и любому обществу, и без него страна или же общество будет регрессировать. Цифровая экономика принесет стране большие возможности для развития, развития своего потенциала.

### **Список использованной литературы**

1. Колодня Г. Цифровая экономика: особенности развития в России / Г. Колодня // Экономист. — 2018. — № 4. — С. 63–69.
2. Шаков Р. Как бизнесу встроится в цифровую экономику? [Электронный ресурс] / Р. Шаков. — Режим доступа: <https://ksonline.ru/310709/kak-biznesu-vstroitsya-v-tsifrovuyu-ekonomiku>.
3. Перепеляк А.И. Цифровая экономика: новые возможности для бизнеса [Электронный ресурс] / А.И. Перепеляк. — Режим доступа: <https://sibac.info/studconf/tech/lii/75056>.
4. Павлюц А. Цифровая экономика будущего: уберизация и платформы [Электронный ресурс] / А. Павлюц. — Режим доступа: <https://pavlyuts.ru/uberbook>.
5. Риски и преимущества цифровой экономики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://popcon.ru/otrivki/1199-preimuschestva-cifrovoi-ekonomiki.html>.

### **Информация об авторах**

*Матвеева Милана Алексеевна* — студент, отделение экономики, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: [milana.matveeva0211@yandex.ru](mailto:milana.matveeva0211@yandex.ru).

*Окомина Екатерина Анатольевна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: [Ekaterina.Okomina@novsu.ru](mailto:Ekaterina.Okomina@novsu.ru).

## **Authors**

*Matveeva Milana Alekseevna* — Student, Department of Economics, Yaroslavl-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod; e-mail: milana.matveeva0211@yandex.ru.

*Okomina Ekaterina Anatolyevna* — PhD in Economics, Associate Professor, Department of Accounting, Analysis and Audit, Yaroslavl-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod; e-mail: Ekaterina.Okomina@novsu.ru.

**ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ СМАРТ-КОНТРАКТОВ В БИЗНЕСЕ**

В статье рассмотрена история появления и эволюция смарт-контрактов, определен их жизненный цикл, ключевые свойства, изучен принцип их работы, проведена оценка преимуществ и недостатков смарт-контрактов, существующих на данном этапе развития. Выявлены потенциальные области и перспективные сферы использования смарт-контрактов с примерами успешного внедрения в международной и отечественной практике. Освещены вопросы регулирования смарт-контрактов в российском правовом поле в рамках регулирования цифровых финансовых активов. На основе проведенного исследования сделан вывод о перспективах внедрения новой технологии в разных секторах.

*Ключевые слова:* смарт-контракты; технологии распределенных реестров; блокчейн; цифровые финансовые активы; области применения смарт-контрактов.

Е.А. Okomina, T.G. Zueva

**PROSPECTS FOR THE APPLICATION OF SMART CONTRACTS  
IN BUSINESS**

The article describes the history of the creation and evolution of smart contracts. The life cycle, key properties are defined, the principle of their work is studied. The advantages and disadvantages of smart contracts existing at this stage of development are evaluated. Potential areas and promising areas of the use of smart contracts with examples of successful implementation in international and domestic practice are identified. The issues of regulation of smart contracts in the Russian legal field in the framework of the regulation of digital financial assets are discussed. On the basis of the study, a conclusion on the prospects for the introduction of a new technology in various sectors is made.

*Keywords:* smart contracts; distributed ledger technology; blockchain; digital financial assets; fields of application of smart contracts.

По мнению лауреатов Нобелевской премии по экономике Оливера Уильямсона и Рональда Коуза, контракт как договор между сторонами является основой экономического строя и рыночных отношений. Взаимодействие участников финансового рынка в современных реалиях требует наличия институтов посредников. Для обеспечения доверия участников к посредникам используется аудит — инструмент удовлетворения соответствия их операций установленным требованиям. Механизм контроля за исполнением контрактов и соглашений сочетает в себе несколько ступеней включая, помимо этого, учет и внутренний контроль. Эта система не защищена от обмана, халатности, утечки данных.

Институциональная криптоэкономика как новая парадигма развития экономики основывается на децентрализованных одноранговых системах. Технология блокчейн начинает проникать и адаптироваться во многие сферы. Благодаря новым институтам и способам формализации отношений контракты находятся и

в основе криптоэкономики. Наиболее активно технологии распределенных реестров применяются в этой сфере. На смену предсказуемых бизнес-моделей на основе централизации и финансового капитализма приходит прозрачная система технологического протокола, позволяющая участникам процесса обмениваться данными напрямую без посредников.

Впервые термин «смарт-контракт» (smart-contract) использовал Ник Сабо более 20 лет назад, определяя его как компьютерный код, набор протоколов, который автоматически исполняет соглашение [6]. Код хранится на платформе, построенной на основе технологии распределенных реестров — блокчейне. Примером наиболее простой и наглядной реализации «умных» контрактов являются вендинговые автоматы: любой желающий может купить продукт по заранее установленной цене. Возможности современных смарт-контрактов выходят за пределы торговых автоматов. Формат работы компаний Яндекс.Такси и Uber можно назвать примером идеи смарт-контрактов. Платформы-агрегаторы играют роль посредника между водителем такси и клиентом, где водитель обязуется выполнить услугу по перевозке клиента до заранее определенного места, а клиент оплачивает поездку по стоимости, которую заранее определила система. По такому же принципу, только в сфере поиска жилья работает сайт Airbnb.

Смарт-контракты — это набор алгоритмов, запрограммированных на генерацию инструкций для дальнейшего выполнения различных процессов. Участники договора, имея доступ к общему децентрализованному реестру, могут проверить функционирование смарт-контракта на соответствие выполнения условий. Смарт-контракты на технологии блокчейн позволяют обмениваться деньгами, акциями, собственностью и другими активами без участия посредников. Они обеспечивают автоматическое исполнение: соблюдение условий договора и гарантию оплаты [3, с. 3].

Типичный жизненный цикл смарт-контракта может состоять из следующих этапов:

1. Определение условий сделки и создание смарт-контракта.
2. Подключение смарт-контракта к внутренним системам (например, системам банка) и внешним (информация о данных, не относящихся к заданной цепочке).
3. Исполнение обязательств и оценка смарт-контрактом статуса выполнения требований.
4. Самоисполнение смарт-контракта при соблюдении заданных условий.

Смарт-контракты на основе технологии блокчейн обладают следующими ключевыми свойствами:

- создаются с применением языков программирования;
- базируются на условии «если..., то..., иначе...» (если обязательство выполнено, происходит запись в распределенный реестр, изменяя его состояние, то условие исполняется);
- правила исполнения контракта после согласования со всеми сторонами неизменны;
- прозрачный механизм подтверждения корректности и подлинности.

Несмотря на значительные преимущества смарт-контрактов по сравнению с традиционными формами заключения соглашений, имеются некоторые недостатки (табл.).

### Преимущества и недостатки смарт-контрактов

Преимущества	Недостатки
Возможность контроля исполнения на всех этапах в среде блокчейн	Правила контракта ограничены логикой алгоритма программного кода (смарт-контракты не обладают функциональной гибкостью, условия нельзя пересмотреть)
Минимальная возможность разночтения (языки программирования являются универсальными)	Отсутствие правовой и законодательной базы в мировой практике (может затруднить решение спорных вопросов, отсутствие взаимодействия с судами)
Надежный, прозрачный механизм верификации и принуждения исполнения положений контракта (аудиторский след)	Риск уязвимости в ИТ-системах, программный код смарт-контракта может быть написан некорректно (возможности мошеннических действий)
Конфиденциальность условий и данных контракта от третьих лиц (от обработки, контроля за содержанием и исполнением, вмешательства и внешнего воздействия)	Сложность проектирования смарт-контракта (чем больше условий и допущений в соглашении, которые должен отслеживать контракт, тем сложнее их описать и учесть)
Быстрая скорость выполнения операций за счет автоматизации процессов	Ограничение времени и ресурсов на принятие решения в совокупности с недостатком данных может повлечь возникновение ситуаций, не учтенных в контракте (который в свою очередь не может изменяться)
Избавление от лишней бюрократизации делового оборота, сокращение или полное исключение посредников	Зависимость контракта от внешних источников
Снижение рисков недобросовестного выполнения операций (высокий уровень защищенности сторон контракта друг от друга)	Необходимость ведения бумажного документооборота (в России)
Целостность (нельзя менять условия контракта в одностороннем порядке)	Мало высококвалифицированных специалистов в этой области, технология доступна узкому кругу лиц

Смарт-контракты автоматизируют процессы и делают их прозрачными, позволяя привнести доверие в среду не доверяющих друг-другу субъектов. При этом работы по их обслуживанию, надзор за выполнением обязательств (юристами, аудиторами, бухгалтерами) становятся ненужными, что может способствовать избавлению от излишней бюрократизации делового оборота. Несмотря на стоимость проектирования качественных смарт-контрактов, стремящихся к исчерпывающим, блокчейн снижает издержки на разработку и транзакции, тем самым открывая новые перспективы. Взаимодействия, реализуемые через такие контракты, уменьшают затраты на проведение операций и контроль за ними, увеличивают скорость выполнения операций, снижают риски недобросовестного

выполнения операций, максимально сокращают или полностью исключают посредников из сделки [3, с. 13].

Одним из ограничений развития смарт-контрактов является необходимость ведения бумажного документооборота. В связи с этим на сегодняшний день практика использования смарт-контрактов сводится к частичной автоматизации отдельных аспектов договоров. По мере развития инфраструктуры и платформ на основе технологии распределенных реестров смарт-контракты перестанут быть дополнением к бумажной версии и станут ключевым инструментом гарантии исполнения обязательств сторон при заключении соглашений. Смарт-контракты как любой инновационный продукт на начальном этапе обладают недостатками, которые в процессе развития сопутствующих технологий можно устранить.

Среда проектирования смарт-контрактов активно развивается. Заключаться «умные» контракты можно на таких блокчейн-платформах, как Ethereum (наиболее полный функционал), Bitcoin, NXT, Side Chains, RootStock, Codius.

Потенциальные возможности внедрения смарт-контрактов обширны: от мультиподписи до операций с производными финансовыми инструментами. Использование смарт-контрактов возможно во всех сферах деловых отношений. По исполнению соглашений можно выделить следующие области применения смарт-контрактов:

- имущественные отношения (операции с криптовалютами, токенами и другими цифровыми активами);
- финансовые сервисы (банковские услуги, торговое финансирование, торговля на бирже, аукционы, лотереи);
- страхование (исполнение обязательств после наступления страховых случаев);
- кредитование (исполнение обязательств по кредитным продуктам в момент наступления событий);
- логистика и снабжение;
- социальные сервисы (выборы, голосование) [3; 8].

Одним из самых распространенных примеров использования является привлечение инвестиций для организации стартапов (ICO, initial coin offerings): отправляя криптовалюту создателям стартапа, участники могут быть уверены, что в случае неудачи их средства будут автоматически возвращены, а при успехе средства будут перечислены разработчикам. Помимо этой области, Палата цифровой коммерции США в сотрудничестве с Deloitte выявила 12 сфер потенциального использования смарт-контрактов: цифровая идентификация, систематизация Единого торгового кодекса, ценные бумаги, торговое финансирование (международные переводы, ускорение оборота аккредитивов), деривативы, финансовая отчетность организаций, ипотечные кредиты, земельная собственность, цепочки поставок, автострахование, клинические исследования пациентов (обмен данных между медицинскими учреждениями), обмен данных о раковых заболеваниях в рамках консорциума по исследованию рака [5, с. 14].

Автоматизация предоставления банковских услуг является одной из перспективных областей применения смарт-контрактов. Банк Barclays Corporate

Bank использует смарт-контракты для регистрации перехода собственности и автоматического перечисления платежей в другие кредитно-финансовые учреждения. Банки HSBC и Bank of America заменили аккредитивы смарт-контрактами. Banco Bilbao Vizcaya Argentaria использует смарт-контракты для предоставления кредитования. Банк выдал корпоративному клиенту кредит на сумму 75 млн евро. Сделка была зарегистрирована с использованием смарт-контракта в сети Ethereum. Использование технологии распределенных реестров и смарт-контрактов для осуществления сделки уменьшает риск мошенничества и снижает временные издержки. Банки-участники консорциума R3 разработали прототипы смарт-контрактов для проведения операций факторинга, где участники могут видеть данные по сделкам в режиме реального времени.

Использование смарт-контрактов в сфере страхования позволит оптимизировать ведение страхового учета, документооборота и ускорить процессы обработки страховых претензий. Немецкая страховая компания Allianz использует смарт-контракты для автоматизации страховых выплат после природных катастроф.

В сфере государственных услуг смарт-контракты позволяют увеличить эффективность взаимодействия с государственными органами, снизить коррупцию. Кадастровая служба Швеции Lantmäteriet, блокчейн-стартап ChromaWay, консалтинговая фирма Kairos Future и мобильный провайдер Telia работают над собственным блокчейн решением, которое призвано устранить ошибки, связанные с ручным вводом данных, и повысить надежность передачи документации. Цифровое документирование передачи недвижимого имущества в собственность осуществляется с помощью разработанной ChromaWay системы смарт-контрактов. Созданием кадастрового реестра занимается Грузия (вместе со стартапом Bitfury). Министерство юстиции Азербайджана работает над внедрением смарт-контрактов в жилищно-коммунальном хозяйстве.

Смарт-контракты могут защищать авторские права владельцев интеллектуальной собственности, автоматизировать онлайн-продажи, тем самым сокращая нелегальное копирование. На платформе для продажи музыки Myselia можно проводить микроплатежи и распределять отчисления между музыкантами.

Первый расчет по аккредитиву с использованием смарт-контрактов в России был проведен в конце 2016 г. между S7 Airlines и Альфа-Банком, который обслуживает компанию, в системе Ethereum. Авиакомпания разработала блокчейн-платформу для автоматизации торговых операций, где запустила сервис для расчетов с агентами, продающими билеты. В августе 2018 г. Альфа-Банк и S7 Airlines заключили смарт-контракт на платформе Hyperledger с оператором авиатопливного рынка «Газпромнефть-Аэро»: после того, как командир воздушного судна запрашивает у оператора необходимый для рейса объем топлива, онлайн-заявка для резервирования соответствующей суммы направляется в банк, а подтверждение из банка запускает старт заправки. По окончании заправки средства списываются и поступают документы о закрытии сделки.

К 2023 г. в России планируется создать платформу «Цифровой профиль», где будут размещены все юридически значимые данные о каждом гражданине.

Правовое регулирование смарт-контрактов в России на данный момент не установлено. В Государственной Думе первое чтение прошли два законопроекта

в этой сфере. В проекте Федерального закона «О цифровых финансовых активах» № 419059-7 регулируется осуществление прав и исполнение обязанностей по смарт-контракту, определяемом как договор в электронной форме, исполнение прав и обязательств по которому осуществляется путем совершения в автоматическом порядке цифровых транзакций в распределенном реестре в строго определенной последовательности и при наступлении определенных им обстоятельств [2]. В проект Федерального закона «О внесении изменений в части первой, второй и четвертой ГК РФ» № 424632-7 для целей исполнения сделок с цифровыми правами вводится правило, согласно которому факт совершенного компьютерной программой исполнения сделки не оспаривается (кроме вмешательства в действие программы) [1]. Никаких других норм для смарт-контрактов не устанавливается. Оба законопроекта создают правовое пространство для признания смарт-контрактов в финансовом секторе и гражданско-правовом поле. В Российском правовом поле процесс законодательного закрепления цифровых финансовых активов продолжается.

Внедрение смарт-контрактов в существующий бизнес или создание нового бизнеса на основе технологии блокчейн в настоящее время становится доступным. Частные организации, например, Smartcontracts.ru, NaumovLab оказывают услуги по созданию, разработке и программированию «умных» контрактов на разных блокчейн-платформах. Современные технологии защищают предпринимателей от рисков и позволяют сконцентрироваться на развитии своего дела. Тем не менее, использование смарт-контрактов в процессах хозяйствования целесообразно рассматривать не как самоцель, а как инструмент по выполнению конкретных задач. Только в этом случае применение этого механизма принесет ценность для компании, а не будет навязано трендами.

Использование смарт-контрактов на базе технологии блокчейн как средства обеспечения доверия повышает надежность механизмов контроля благодаря целостности, достоверности информации и защиты криптографией. Смарт-контракты способствуют появлению новых бизнес-моделей, тем самым повышая конкуренцию и развивая новые сервисы. Такие контракты имеют перспективу стать наиболее важным приложением технологии блокчейн, создавая удобную среду для взаимодействия между государством, бизнесом и гражданами.

### **Список использованной литературы**

1. О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского Кодекса РФ [Электронный ресурс] : проект Федер. закона РФ : законопроект № 424632-7 . — Режим доступа: <http://sozd.parliament.gov.ru/bill/424632-7>.

2. О цифровых финансовых активах [Электронный ресурс] : проект Федер. закона РФ : законопроект № 419059-7. — Режим доступа: <http://sozd.parliament.gov.ru/bill/419059-7>.

3. Аналитический обзор по теме «смарт-контракты» [Электронный ресурс] // Центральный Банк РФ. — Режим доступа: [https://www.cbr.ru/Content/Document/File/47862/SmartKontrakt\\_18-10.pdf](https://www.cbr.ru/Content/Document/File/47862/SmartKontrakt_18-10.pdf).

4. Генкин А. Блокчейн: как это работает и что ждет нас завтра / А. Генкин, А. Михеев. — М. : Альпина Паблишер, 2018. — С. 208–220.

5. Smart Contracts: 12 Use Cases for Business & Beyond | Chamber of Digital Commerce / Smart Contracts Alliance — In collaboration with Deloitte / An industry initiative of the Chamber of Digital Commerce / December 2016 / [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.perkinscoie.com/images/content/1/6/v2/164979/Smart-Contracts-12-Use-Cases-for-Business-Beyond.pdf>.

6. Szabo Nick. Smart Contracts: Building Blocks for Digital Markets — 1996 [Electronic resource] / Szabo Nick. — Mode of access: [http://www.fon.hum.uva.nl/rob/Courses/InformationInSpeech/CDROM/Literature/LOTwinterschool2006/szabo.best.vwh.net/smart\\_contracts\\_2.html](http://www.fon.hum.uva.nl/rob/Courses/InformationInSpeech/CDROM/Literature/LOTwinterschool2006/szabo.best.vwh.net/smart_contracts_2.html).

### **Информация об авторах**

*Окомина Екатерина Анатольевна* — кандидат экономических наук, доцент, заведующая отделением экономики, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: [Ekaterina.Okomina@novsu.ru](mailto:Ekaterina.Okomina@novsu.ru).

*Зуева Татьяна Геннадьевна* — студент, отделение экономики, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: [zueva-tanya@mail.ru](mailto:zueva-tanya@mail.ru).

### **Authors**

*Okomina Ekaterina Anatolievna* — PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Economics, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod; e-mail: [Ekaterina.Okomina@novsu.ru](mailto:Ekaterina.Okomina@novsu.ru).

*Zueva Tatiana Gennadievna* — Student, department of economics, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod; e-mail: [zueva-tanya@mail.ru](mailto:zueva-tanya@mail.ru).

**ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МОДЕЛЬ  
ПОВЕДЕНИЯ КИТАЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ  
(НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ALIBABA)**

Статья посвящена изучению основных факторов, влияющих на развитие электронной коммерции в Китае и анализу проблемы формирования рынка e-commerce в Российской Федерации, а также сравниваются две отрасли электронной коммерции этих стран. Предлагается характеристика современной структуры электронной коммерции в Китае и Российской Федерации. Раскрываются основные стороны влияния интернет-гигантов на социально-экономическое развитие Китайской Народной Республики на примере Alibaba Group. Предлагаются основные причины неравномерного распределения рынка Интернет-торговли в Российской Федерации. Выявлен ряд причин, тормозящих развитие российских интернет-платформ.

*Ключевые слова:* КНР; электронная коммерция; Alibaba Group; цифровая экономика; торговые площадки; Российская Федерация.

A.S. Stepanova

**ELECTRONIC COMMERCE AND ITS EFFECT ON THE MODEL  
OF THE CHINESE CONSUMER BEHAVIOR  
(ON THE EXAMPLE OF ALIBABA)**

The article is dedicated to studying the main factors influencing the development of e-commerce in China and analyzing the problems of forming the e-commerce market in the Russian Federation, as well as to comparing the two branches of internet trade in these countries. The characteristics of modern e-commerce structure in China and Russia are offered. The main factors of internet giants influencing the socio-economic development in the People's Republic of China — with the example of Alibaba Group — come into focus. The main reasons of disproportional distribution of Russia's internet trade market are proposed. A number of reasons stopping the development of Russian internet platforms are determined.

*Keywords:* China; e-commerce; Alibaba Group; digital economy; trading platforms; Russian Federation.

В 2017 г. Правительство РФ утвердило систему реализации программы по созданию условий для перехода страны к цифровой экономике, целью которой является формирование полноценной цифровой среды, что включает в себя развитие сервисов по предоставлению онлайн-услуг, электронных платежей, Интернет-торговли, краудфандинга и пр.

В настоящее время количество пользователей Интернета достигло 4,177 млрд по всему миру, а уровень проникновения Интернета — 54,4 %. Китай является крупнейшей в мире страной по числу пользователей (772 млн), сегодня 55,8 % всех китайцев свободно используют Интернет в своей повседневной жизни.

Электронная коммерция Китая — крупнейшая в мире за последние десятилетия. И прогресс заставляет с уважением смотреть на развивающийся рынок — заимствовать интересные решения и подходы. Этим и определена актуальность исследования.

Существует множество трактовок, в той или иной степени раскрывающих суть электронной коммерции. Например, создатели двух популярных книг о электронной коммерции Д. Эймор и Д. Козье утверждают, что электронная коммерция и Интернет-торговля являются синонимами. Электронная коммерция — это любой вид деловых операций и сделок, предусматривающих использование самых передовых информационных технологий и коммуникационных сред с целью обеспечения более высокой экономической эффективности по сравнению с традиционными видами коммерции [2].

В зависимости от участников электронная коммерция подразделяется на основные секторы коммерческого взаимодействия (субъект, определенный первой буквой аббревиатуры, выступает в качестве продавца или стороны, оказывающей услуги) [1].

1. Между юридическими лицами, организациями (Business-to-Business — B2B).

2. Юридическими и физическими лицами (Business-to-Customer — B2C).

3. Юридическими лицами и государственными организациями (Business-to-Government — B2G).

4. Физическими лицами (Customer-to-Customer — C2C).

5. Государственными организациями и физическими лицами (Government-to-Customer — G2C).

Здесь же нужно уточнить, что модели электронной коммерции B2B (85,2% транзакций от всей международной торговли в 2017 году) и B2C (14,8% транзакций) являются сегодня основными в Китае, поскольку именно они обеспечивают большую часть транзакций в сети Интернет.

Огромный сектор B2B-платформы занимает компания Alibaba Group (30%), за ней следует HS International Inc. (14,8%) и т.д. Самую крупную долю же в e-commerce на рынке B2C Китая занимает платформа Tmall (54,1% всего рынка). Поэтому говоря о развитии электронной коммерции, стоит уделить особое внимание его крупнейшему игроку — компании Alibaba Group.

Alibaba входит в топ-10 глобальных брендов по версии консалтинговой компании WPP и занимает 12-е место в рейтинге 500 крупнейших компаний — Fortune Global 500. Ее рыночная капитализация составила на начало 2018 г. 500 млрд дол., а чистая прибыль по итогам 2017/18 финансового года увеличилась почти в 1,5 раза по сравнению с предыдущим годом и составила 9,791 млрд дол. Ежегодно компания укрепляет свои позиции как в Китае, так и за рубежом, повышая уровень своего влияния по всему миру.

Компания Alibaba владеет крупнейшей в мире площадкой для проведения торговых операций Alibaba.com, интернет-магазином Taobao, b2c-супермаркетом Tmall, онлайн-магазином для зарубежной аудитории Aliexpress, поисковой системой eTaobao и т.д. [7].

В настоящее время в Китае сформировался целый ряд факторов, определяющим образом влияющих на развитие электронной коммерции: гигантский рост числа Интернет-пользователей, использование социальных сетей для рекламы своих товаров, дешевизна Интернет-товаров, увеличение числа мобильных покупок потребителями, собственные удобные коммуникационные платформы между покупателями и продавцами, развитие технологий [5]. Также немаловажно указать, что государство оказывает большую поддержку электронным платформам, оптимизирует таможенные процедуры, вводит налоговые льготы на розничный экспорт и всяческими способами стимулирует экспорт через онлайн-платформы [6].

Для компаний, полностью использующих потенциал электронной коммерции, открывается возможность воздействовать как на умы людей, так и на социально-экономическое развитие КНР, поэтому важно рассмотреть влияние этой части экономики и рассмотрим анализ на примере корпорации Alibaba.

Alibaba поменяла отношение покупателей к интернет-покупкам. Китайцы быстро переключились на интернет-магазины. По данным статистики центра исследований электронной коммерции КНР, на сайтах ТаоБао и «Тяньмао» зарегистрировано более 8 млн магазинов и около 200 млн покупателей, согласно отчетам Центра исследований электронной коммерции КНР. Самый большой вклад, внесенный китайскими предприятиями электронной коммерции в китайскую экономику, это не налоги или проценты ВВП, а разворот покупателей к новой модели торговли.

Alibaba повысила эффективность перевозок и современную логистику. Рост корпорации Alibaba привел к динамичному развитию службы экспресс-доставки по всему Китаю, значительно повысив эффективность перевозок в сфере потребления товаров [4]. Благодаря развитию платформ электронной коммерции «Alibaba», GMV в 2015 г. составил около 485 млрд дол.

Alibaba инвестирует огромные деньги в развитие сторонних организаций, а также государственных образований и т.п. Интересно, что компания недавно достигла соглашения с Национальной комиссией по развитию и реформам КНР о развитии интернет-коммерции в сельских районах Китая. Так в октябре 2014 г. Alibaba Group объявила о запуске стратегии для сельской местности, носящей название «Программа тысячи уездов, десятков тысяч деревень», в рамках которой запланировано в течение следующих 3–5 лет инвестировать 10 млрд юаней и создать 1000 сервис-центров уездного уровня, а также 100 тыс. пунктов обслуживания деревенского уровня. По планам сторон, к 2019 г. общий объем инвестиций в развитие интернет-коммерции за пределами крупных городов составит около 10 млрд юаней (1,53 млрд дол.) [9].

Alibaba создает большие возможности для трудоустройства. Будет создано 100 млн рабочих мест в глобальном масштабе. В свою очередь, это позволит привлечь к коммерческой деятельности миллиард человек. Реализация концепций «в Поднебесной нет трудного бизнеса» и «создание в Китае новой коммерческо-экологической системы» потребовала от корпорации Alibaba огромных усилий. На пути осуществления глобальной стратегии корпорация окажет влияние на еще большее количество людей.

Гигант онлайн-рынка Alibaba заключила соглашение в 2016 г. с Китайской коммунистической лигой молодежи, чтобы обучить 1 млн подростков, чтобы они отправились в электронную коммерцию в сельские районы. Для этого Alibaba выделило 1 млрд юаней для поддержки выпускников колледжей, которые хотят вернуться в свои родные города, чтобы начать бизнес.

Alibaba оказывает финансовую средним и микропредприятиям. Непогашенные кредиты, предлагаемые дочерней компанией Alibaba Ant Financial, достигли 115 млрд юаней (17,31 млрд дол. США), при этом средний размер займа достиг 17 тыс. юаней (2 560 дол. США) за тот же период, сообщает Caixin.

В России же рынок интернет-коммерции развивается крайне медленно, неэффективно и во многом уступает зарубежным интернет-гигантам.

Объем трансграничной торговли составил за первое полугодие 2017 г. 178 млрд р., а всего за год было около 420 млрд. По данным агентства Data Insight, в Рунете всего 2 тыс. магазинов с числом оформленных заказов более 10 в сутки, тогда как в Китае только количество B2B-площадок в 2014 г. уже достигло 11 200. Поэтому можно судить, что этот сектор экономики является более рентабельным, чем в России. Оборот всей розничной торговли в РФ в 2017 г. — 29,804 млрд р. по данными Росстата. Исходя из этих данных объем электронной коммерции в России в 2017 г. составляет всего 3,85 % от общего объема розничных продаж.

Необходимо также сказать, что самым крупным участником на российском рынке электронной коммерции является интернет-магазин Wildberries.ru (объем продаж — 63 800 млн р. за 2017 г.), а также Citilink.ru (объем продаж — 55 200 млн р. за 2017 г.). Пятерку закрывают интернет-магазины электроники и бытовой техники DNS-SHOP.ru / Technopoint.ru, Mvideo.ru, Eldorado.ru. Поэтому можно говорить, что самыми популярными товарными категориями являются электроника, бытовая техника, одежда, обувь, а также запчасти и товары для автомобилей, парфюмерия и косметика.

Российский рынок e-commerce сконцентрирован в основном в Москве, Московской области, а также в Санкт-Петербурге и Ленинградской области «см. Приложение 1». Это происходит в основном из-за того, что основные финансовые потоки идут именно в эти регионы, а также бизнесу выгодно регистрировать головные офисы компаний в столице, там и платить налоги, а не на территориях, где реально добывается нефть, газ или уголь, производится металл. Нельзя забывать и о том, что регионы финансируют огромные проекты по развитию информационных технологий в данных регионах и стимулированию интереса у современной молодежи к IT.

1. Потребители. В России на много меньше интернет-пользователей (около 110 млн человек), чем Китае (около 739 млн человек), согласно оценке Internetworldstats.com, а также нельзя забывать о недоверчивости российских интернет-пользователей к различным торговым платформам, в особенности за пределами Центральной России, а также нельзя забывать о различиях в традициях и правилах по ведению бизнеса в отдельных компаниях.

2. Существуют угрозы в сфере безопасности электронной коммерции. В настоящее время психологический барьер российских потребителей к недоверию электронных платежей со стороны банков и менеджерам электронных расчетных систем постепенно преодолевается, меняется мнение потребителей о том, что расчеты с применением карточек в Сети более опасны, нежели оплата карточкой «в живую», но сказать о полном доверии к системе нельзя. При построении защиты платформы электронной коммерции нужно учитывать интересы субъектов (финансовые институты, бизнес-организации, клиенты) взаимоотношений, возникающих в процессе электронной коммерции. Основные угрозы здесь представляют умышленные посягательства (киберпреступления), неумышленные (действия обслуживающего персонала), действие технических факторов (сбой электроэнергии), воздействие техногенных факторов [3].

3. Серьезной проблемой в России в сфере электронной коммерции является некачественный сервис в российских сетевых магазинах. Характерные особенности таких магазинов — неудобная навигация, проблемы в разделах.

4. Конечно, нельзя забывать, что многие зарубежные интернет-компании имеют возможность продавать товар дешевле, чем в реальных магазинах. Многие российские компании также стараются продавать товары чуть дешевле или хотя бы по тем же ценам. Сложность определяется тем, что с небольших объемов продаж труднее сложнее получать оптовые скидки.

5. Развитие российского рынка электронной коммерции напрямую зависит от развития рынка экспресс-доставки. Монопольным оператором остается «Почта России», доля доставки которой в общем объеме по различным оценкам составляет от 62 до 85 %. Использование услуг «Почты России» для многих продавцов является единственным дешевым вариантом, поскольку цены других операторов экспресс-доставки выше в несколько раз.

Е-commerce России развивается не так быстро и не так масштабно по сравнению с миром и отстает от показателей развития западных стран, что вызвано рядом причин, описанных выше. При этом электронная коммерция является хорошей возможностью для развития бизнеса и существенным ресурсом для увеличения доходов и регионов, и страны в целом. Поэтому важно повысить ее эффективность. Практика электронной коммерции показывает, что в подавляющем большинстве случаев высокая эффективность электронной коммерции обеспечивается за счет минимизации издержек обращения, например, понижения транзакционных издержек, затрат на оплаты труда, аренду помещений и т.п. [3]. Все это необходимо учитывать современному предпринимателю при открытии собственной платформы e-commerce.

### **Список использованной литературы**

1. Кобелев О.А. Электронная коммерция: учебное пособие / О.А. Кобелев ; ред. С.В. Пирогов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К°, 2015. — 684 с.
2. Покровская Л.Л. Электронная коммерция в сфере информационных услуг: монография / Л.Л. Покровская, А.А. Копачев ; науч. ред. Р.Р. Фокин. — М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. — 182 с.

3. Шулепов В.И. Основы электронной коммерции: учебное пособие / В.И. Шулепов, Г.Р. Шакирова ; Поволж. гос. технол. ун-т. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. — 109 с.

4. Бахвалов Т. 11.11 — лучшее время для шопинга / Т. Бахвалов // Дыхание Китая. — 2014. — № 278. — С. 20–21.

5. Ли Цзюньсян. Все ушли «в магазин» / Ли Цзюньсян // Дыхание Китая. — 2014. — № 278. — С. 22–24.

6. Ли Цзе. Alibaba наступает / Ли Цзе // Дыхание Китая. — 2014. — № 278. — С. 16–17.

7. Ци Ли. Джек Ма и 17 его друзей / Ци Ли // Дыхание Китая. — 2014. — № 278. — С. 18–19.

8. 500 городов Китая начали переход на «умные» технологии [Электронный ресурс] // Хайтек. — Режим доступа: <https://hightech.fm/2017/04/21/smart-cities-china>.

9. Alibaba Group займется развитием интернет-коммерции в сельских районах КНР [Электронный ресурс] // ИА REGNUM. — Режим доступа: <https://regnum.ru/news/economy/2081611.html>.

10. Интернет-торговля как перспективная форма развития экономики государства [Электронный ресурс] // cyberleninka. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-torgovlya-kak-perspektivnaya-forma-razvitiya-ekonomiki-gosudarstva>.

### **Информация об авторе**

*Степанова Алина Сергеевна* — студент, русско-китайский факультет, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [alinast1701@gmail.com](mailto:alinast1701@gmail.com).

### **Author**

*Stepanova Alina Sergeevna* — Student, Russian-Chinese faculty, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [alinast1701@gmail.com](mailto:alinast1701@gmail.com).

# **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ СПОРТА, КУЛЬТУРЫ И ОБРАЗОВАНИЯ И СФЕРЫ УСЛУГ**

УДК 658:364(470+571)

**Г.А. Федун, Д.К. Янчевская, М.В. Винокурова**

## **АНАЛИЗ ДЕЙСТВУЮЩИХ ПРОГРАММ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

В данной научной статье рассматривается актуальная тема организации социального предпринимательства в России. Также данная статья посвящена анализу действующих государственных программ в сфере поддержки деятельности социального предпринимательства. В статье рассмотрен максимально подробный перечень государственных организаций, фондов, законодательных актов, способствующих регулированию социального предпринимательства, а также виды поддержки и услуг, осуществляемых ими. На основе анализируемого материала авторами выделены позитивные тенденции, недостатки принимаемых мер. В конце работы авторами предложены свои варианты мер, направленных на поддержку социального предпринимательства в России.

*Ключевые слова:* социальные проблемы; социальное предпринимательство; программы поддержки; некоммерческие организации.

**G.A. Fedun, D.K. Yanchevskaya, M.V. Vinokurova**

## **ANALYSIS OF ACTING PROGRAMS SUPPORTING THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA**

This scientific article discusses the actual topic of the organization of social entrepreneurship in Russia. Also, this article is devoted to the analysis of existing government programs in the field of support of social entrepreneurship. The article considers the most detailed list of state organizations, funds, legislative acts that contribute to the regulation of social entrepreneurship, as well as the types of support and services provided by them. On the basis of the analyzed material, the authors highlighted positive trends and shortcomings of the measures taken. At the end of the work, the authors proposed their own versions of measures aimed at supporting social entrepreneurship in Russia.

*Keywords:* social problems; social entrepreneurship; support programs; non-profit organizations.

Необходимость решения социальных проблем и сглаживания социальных противоречий подготовило почву для развития социального предпринимательства. Оно начинает активно формироваться, прежде всего, в то время, когда государство не может эффективно справляться с грузом социальных проблем.

За рубежом, прежде всего в Европейском союзе и США, имеется многолетний опыт деятельности социально-ориентированных предприятий. Важную роль в активизации их деятельности играет само государство, оно не только предусматривает возможность создания особых организационно-правовых норм, формирует программы поддержки, но и активно обеспечивает заказами,

оказывает финансовую поддержку. Так, для 45 % итальянских социальных предпринимателей главным источником доходов является государство. В Великобритании для 23 % социальных предпринимателей главным и единственным источником доходов является государство, а 52 % получают от него значительную сумму средств [2]. В нашей стране пока отсутствует правовое понятие социального предпринимательства, равно как и отсутствуют специальные организационно-правовые формы, за исключением НКО и АНО, предоставляющие некоторые свободы в деятельности социально-ориентированных организаций.

Проведем анализ действующих мероприятий и программ, направленных на развитие социального предпринимательства в России:

1. Национальный фонд поддержки социальных программ РФ. Был создан в 1990 г. правительством РСФСР как инструмент для снижения межэтнической розни в бывших республиках СССР, оказания поддержки по переселению соотечественникам, оказавшихся за рубежом, активизации социального предпринимательства. Однако основной упор данный фонд делает на программах, способствующих Евразийской интеграции, созданию имиджа России за рубежом, программ, направленных на сохранение памяти о Великой Отечественной войне, помощи в переселении соотечественникам. Помощь в содействии социальному предпринимательству ограничена лишь «Программой социального и лечебно-оздоровительного туризма на базе пансионатов и здравниц города-курорта Сочи».

2. Фонд поддержки региональных социальных программ «Наше будущее». Данная некоммерческая организация была создана при поддержке государства, для содействия в реализации долгосрочных социально значимых программ и проектов, где могут быть применимы принципы социального предпринимательства. Организация осуществляет работу в нескольких направлениях [4].

*Образование.* Проводится организация вебинаров, круглых столов, встреч, позволяющих больше узнать о социальном предпринимательстве, программах поддержки, опыт успешных организаций. Также существует также банк социальных франшиз и проектов, для которых необходимо финансирование.

*Сбыт.* Организован онлайн-сервис «Больше чем покупка», позволяющий приобрести продукцию социальных предпринимателей, а также разместить свои товары.

*Признание.* Ежегодная премия за вклад в развитие и продвижение социального предпринимательства в России, учрежденная Фондом региональных социальных программ «Наше будущее». Премия присуждается социальным предпринимателям, представителям общественных организаций, руководителям государственных структур и профильных ведомств, журналистам, СМИ и высшим учебным заведениям России.

*Финансирование.* Выдача беспроцентных займов на конкурсной основе со сроком до 10 лет. В зависимости от проекта, масштаба охвата населения сумма финансирования составляет от 40 000 р. до 40 000 000 млн р. За 10 лет деятельности финансирование получили 197 проектов из 52 региона России.

3. Фонд поддержки социальных проектов. Фонд учрежден в 2017 г. автономной некоммерческой организацией «Агентство стратегических инициатив»,

которая, в свою очередь, была учреждена правительством в 2011 г. с целью активизации предпринимательской, социальной и экономической среды. Организация оказывает бесплатные услуги акселератора, т.е. института раннего интенсивного развития социальных стартапов через обучение, экспертную поддержку, менторство. Также успешные проекты, проявившие себя в акселераторе, могут быть профинансированы на следующих условиях:

- проектам на стадии раннего развития продукта / услуги выдается заем 0,5–2,5 млн р. по ставке 6,5 % годовых на 3 года. У данных проектов должна быть подтверждена гипотеза роста бизнеса, динамика роста;
- проектам на стадии роста размера бизнеса предоставляются займы от 2,5 до 10 млн р. по ставке 6,5 % годовых на три года. Это должны быть быстрорастущие проекты с высокой социальной значимостью, также в проекте необходимо акционерное финансирование до 50 % участия капитале;
- проектам на стадии тиражирования предоставляются займы от 10 до 50 млн р. по ставке 6,5 % годовых на три года. Также в необходимо до 50 % акционерного участия в капитале. Могут быть предусмотрены индивидуальные условия и порядок рассмотрения для крупных социальных проектов. Отбираются уже успешные прибыльные кандидаты, перед ними ставится задача региональной экспансии.

За год существования фонда в программе акселерации приняли участие 73 различных проекта (от лагерей, школ программирования до предприятий по производству протезов) более чем из 40 регионов страны [3].

Стоит также упомянуть акционерное общество «Корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства». Основано по приказу президента в 2015 г. для развития малого и среднего предпринимательства, также оказывает информационную поддержку в области ведения социального предпринимательства: какую организационно-правовую форму следует использовать, какими льготами можно воспользоваться, какие государственные программы предоставляют финансирование [5].

В отдельных регионах существуют также свои собственные программы поддержки социального предпринимательства. Например, правительством Иркутской области учрежден «Фонд поддержки предпринимательства». В его компетенции входит не только консультация, обучение действующих и будущих предпринимателей, но и составление бизнес-плана, возможность получения безвозмездных грантов на развитие.

Несмотря на то, что в ФЗ-209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» социальное предпринимательство не выделяется как самостоятельный вид деятельности, рассмотрим существующие правовые акты, регулирующие деятельность в социальной сфере.

Так согласно приказу Минэкономразвития России от 25.03.2015 г. № 167 правительство имеет субсидии для софинансирования затрат предпринимателей, которые развивают:

- дошкольные образовательные центры;
- центры времяпрепровождения детей.

Налоговым кодексом РФ установлено применение нулевой налоговой ставки по налогу на прибыль для организаций, которые осуществляют деятельность по предоставлению социальных услуг, перечень которых утвержден Правительством России (ст. 284.5).

В каждом регионе существует реестр поставщиков социальных услуг, который располагается на сайте уполномоченного органа субъекта РФ. Если организация состоит в данном реестре, то она имеет право на применение налоговых льгот, получение субсидий и муниципальных госзаказов.

Подводя итоги можно сказать, что государство принимает меры по созданию среды для деятельности социальных предпринимателей. За последние десять лет в этой сфере было образовано несколько государственных фондов и некоммерческих организаций, они предоставляют не только услуги по бесплатным консультациям и обучению, но и возможность финансирования. На уровне законодательства существуют отдельные нормативные акты по предоставлению льгот организациям, работающим в социальной сфере.

Вместе с тем существуют и недостатки. До тех пор, пока в законе нет определения социального предпринимательства, социально-значимые проекты являются одновременно и бизнесом, и благотворительностью. По этой причине, социальные предприниматели обычно регистрируются как две юридические организации: ООО или ИП (для возможности ведения коммерческой деятельности) и как НКО (для получения финансирования). В этом случае трудно отследить, куда на самом деле пошли деньги: на коммерческую или благотворительную деятельность. Сложно провести грань между благотворительностью и бизнесом [1]. Также практически отсутствует возможность получения безвозмездных грантов для реализации проектов, лишь некоторые регионы предпринимают усилия для организации собственных программ по поддержке социального предпринимательства. Пока нет равного доступа регионов к программам фондов.

По мнению авторов, для дальнейшего развития социального предпринимательства необходимо создание правового определения, регулирующего социальное предпринимательство. Стоит сформировать программу и условия выделения безвозмездных грантов на развитие социального предпринимательства, продолжать активизировать деятельность уже существующих фондов и государственных программ.

### **Список использованной литературы**

1. В России начался бум социального предпринимательства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2015/06/26/598085-v-rossii-nachalsya-bum-sotsialnogo-predprinimatelstva>.
2. Карта социального предпринимательства Европы. Поддержка и риски [Электронный ресурс] // Новый бизнес, социальное предпринимательство. — Режим доступа: <http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/karta-socialnogo-businessa-evropy-3.html>.

3. Перечень проектов второй акселерационной программы Фонда поддержки социальных проектов [Электронный ресурс] // Фонд поддержки социальных проектов. — Режим доступа: <https://fundsp.ru/projects/projects/second.html>.

4. Фонд региональных социальных программ [Электронный ресурс] // Фонд «Наше будущее». — Режим доступа: <http://www.nb-fund.ru>.

5. Цели корпорации МСП [Электронный ресурс] // Корпорация МСП. — Режим доступа: <https://corpmsp.ru/about/deyatelnost>.

### **Информация об авторах**

*Янчевская Дарья Казимировна* — бакалавр, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [yanchvsk@yandex.ru](mailto:yanchvsk@yandex.ru).

*Федун Григорий Александрович* — бакалавр, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [fedun\\_grisha@mail.ru](mailto:fedun_grisha@mail.ru).

*Винокурова Мария Викторовна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [vmv\\_univer@mail.ru](mailto:vmv_univer@mail.ru).

### **Authors**

*Yanchevskaya Daria Kazimirovna* — Bachelor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [yanchvsk@yandex.ru](mailto:yanchvsk@yandex.ru).

*Fedun Grigory Aleksandrovich* — Bachelor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal state University, Irkutsk; e-mail: [fedun\\_grisha@mail.ru](mailto:fedun_grisha@mail.ru).

*Vinokurova Maria Viktorovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [vmv\\_univer@mail.ru](mailto:vmv_univer@mail.ru).

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

В данной статье рассматривается актуальный для нашей страны вопрос о государственной поддержке молодежного предпринимательства в России. Уделено внимание достоинствам малого бизнеса и тому, почему так важно обеспечивать поддержку для дальнейшего развития данного вида предпринимательства. Рассмотрены основные направления деятельности по созданию эффективного финансового механизма для осуществления государственной поддержки малого предпринимательства в России. В статье разобраны некоторые программы, разработанные на разных административных уровнях и направленные на поддержку малого предпринимательства для каждого из них.

*Ключевые слова:* молодежное предпринимательство; государственная поддержка; малый бизнес; государственные программы поддержки; финансовый механизм.

D.S. Yakusheva, M.V. Vinokurova

## STATE SUPPORT FOR YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA

This article discusses the issue of state support for youth entrepreneurship in Russia that is relevant for our country. Attention is paid to the advantages of small business and why it is so important to provide support for the further development of this type of business. The main activities for creating an effective financial mechanism for the implementation of state support for small businesses in Russia are considered. The article examines some of the programs developed at different administrative levels and aimed at supporting small business for each of them.

*Keywords:* youth entrepreneurship; governmental support; small business; government support programs; financial mechanism.

Молодежь — это наиболее энергичная и активная часть общества. Именно она способна справиться с вызовами, которые бросает наше время. Если говорить о бизнесе, то можно смело сказать, что ему просто необходим приток молодых сил для дальнейшего развития. Именно поэтому особое значение в развитии российской экономики уделяется бизнесу, создаваемому молодыми предпринимателями [1].

Для реализации проектов каких-то крупных фирм или компаний за плечами должен быть определенный капитал, который, вероятнее всего, отсутствует у молодых предпринимателей. Поэтому легче начать с того, что проще, а именно с малого бизнеса, государственная поддержка которого осуществляется в нашей стране не один год.

Малый бизнес в настоящее время является неотъемлемой частью экономики государства, ведь зачастую крупные фирмы оказываются не настолько эффективными по сравнению с малыми. Объяснить это можно тем, что структура

управления становится сложной. Для того чтобы информация дошла до руководства, ей необходимо пройти через множество отделов, что требует времени и в итоге ведет к ее искажению. В малом предпринимательстве все намного проще, поэтому и решения способны приниматься быстрее.

Малый бизнес обладает своими достоинствами:

- снижает уровень безработицы в стране;
- благодаря своей узкой специализации предприятия малого бизнеса учитывают индивидуальные особенности каждого потребителя;
- благоприятствует развитию научно-технического прогресса;
- в отличие от крупных фирм способен быстро приспосабливаться к изменениям рынка;
- заполняет те экономические сферы, которые крупным предприятиям не под силу [2].

Из всего сказанного выше можно сделать вывод, что устойчивое функционирование любого государства нельзя представить без развития и укрепления деятельности малого предпринимательства.

За последнее время в нашей стране сложились основные элементы государственной поддержки малого бизнеса. Однако проблемы, связанные с развитием малого предпринимательства, выявили неэффективность существующих мер государственной поддержки.

Главной целью считается финансовая поддержка федеральной политики в области государственной поддержки малого бизнеса в России. Для осуществления государственной поддержки малого предпринимательства необходимо создать эффективный финансовый механизм.

Для свершения этой задачи выполняются основные направления деятельности, к которым можно отнести такие как:

- создание льготного налогового режима для задействованных в малом бизнесе;
- формирование системы лизинга как одной из наиболее перспективных возможностей производственного базиса предпринимательства;
- помощь развитию активности субъектов малого бизнеса;
- подготовка и (или) переподготовка кадров для осуществления деятельности в структурах малого предпринимательства;
- формирование благоприятствующей инфраструктуры с целью создания таких условий, которые будут способствовать успешному развитию малого бизнеса;
- обеспечение деятельности малых предпринимателей полной и достоверной информацией, а также нормативно-правовой базой;
- помощь в освоении новых технологий и изобретений;
- совершенствование инновационной деятельности в структурах предпринимательства [2].

Чтобы увеличить масштабы деятельности малых предприятий, а также их вклад в экономику страны, необходимо наладить системную и комплексную поддержку развития малого бизнеса на всех уровнях: федеральном, региональном и муниципальном.

Программы государственной поддержки предпринимательства в 2018 г. осуществляются на разных административных уровнях.

Федеральные программы:

- необходимы для реализации в масштабах страны;
- отличаются большими объемами финансовой поддержки малого предпринимательства в 2018 г.;

- используют средства в основном для крупных проектов;
- направлены на развитие уже работающих предприятий.

2. Региональные программы:

- функционируют в рамках административных регионов;
- используют бюджет области или края;
- необходимы для развития региональной инфраструктуры.

3. Местные программы:

- осуществляются для районных или городских предпринимателей;
- обладают небольшим объемом финансирования;
- направлены на решение местных задач экономического характера.

Приведем примеры нескольких программ для каждого из уровней.

На федеральном уровне для поддержки малого бизнеса государством была разработана программа под названием «Старт». Главная цель — создание новых и поддержка уже действующих малых инновационных предприятий, которые стремятся производить новый товар, изделия, услуги и технологии на основе своих научно-технических и технологических исследований, которые пока что находятся на начальной стадии развития [5].

Еще одна программа государственной поддержки малого бизнеса имеет название «Интернационализация». Она направлена на поддержку компаний, которые совместно с зарубежными партнерами осуществляют проекты по разработке и дальнейшему выпуску новых видов продукции. Так же данная программа оказывает поддержку компаниям, которые разрабатывают продукцию, ориентированную на зарубежные рынки [5].

Для примера государственной поддержки малого бизнеса на региональном уровне рассмотрим подпрограмму, разработанную в Иркутской области. Полное ее название: «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Иркутской области» на 2015–2020 годы государственной программы Иркутской области «Экономическое развитие и инновационная экономика» на 2015–2020 годы, утвержденной постановлением Правительства Иркутской области от 23 октября 2014 г. № 518-пп.

Данная программа направлена на содействие инновационному развитию, а также повышению конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства на разных рынках: внутреннем, межрегиональном и международном [3].

Примером государственной поддержки малого бизнеса на муниципальном уровне может быть программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Черемховском районе на 2017–2019 годы». Она направлена на формирование благоприятной внешней среды для развития малого и среднего предпринимательства (далее — СМСП) на территории Черемховского района, содействует усилению рыночных позиций СМСП Черемховского района и повышению муниципальной поддержки СМСП. Также программа должна сформировать положительное общественное мнение о малом и среднем предпринимательстве [4].

Исходя из всего, что было сказано выше, следует вывод: развитие малого и среднего бизнеса — одна из самых важных и актуальных проблем в экономике России в наше время. Многолетние исследования доказывают, что предприятия именно малого и среднего бизнеса являются основой современной экономической системы, без которой не представляется возможным стабильное положение как экономики, так и государства в целом, так как этот сектор экономики увеличивает темпы экономического роста, улучшает структуру и качество экономической системы до 40–50 % валового внутреннего продукта. Именно по этой причине необходимо создавать благоприятную среду, которая будет стимулировать развитие малого и среднего бизнеса. На данный момент, это одна из самых приоритетных задач государства.

### Список использованной литературы

1. Бендерская Т.А. Государственная поддержка молодежного предпринимательства в современной России [Электронный ресурс] / Т.А. Бендерская — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-podderzhka-molodezhnogo-predprinimatelstva-v-sovremennoy-rossii>.

2. Груденко Д.А. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в РФ [Электронный ресурс] / Д.А. Груденко — Режим доступа: [https://vk.com/doc124403884\\_480956684?hash=43775dcf2205953a46&dl=6321da76cbd2f7bd83](https://vk.com/doc124403884_480956684?hash=43775dcf2205953a46&dl=6321da76cbd2f7bd83).

3. Иркутская область [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://irkobl.ru/region/economy/business>.

4. Черемховский район [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://cher.irkobl.ru/economy/munitsipalnye-programmy/2017-god/podderzhka-i-razvitie-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-cheremkhovskom-rayone-na-2017-2019-gody>.

5. Фонд содействия инновациям [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://fasie.ru/programs>.

### Информация об авторах

*Якушева Дарья Сергеевна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [dasha-akva2010@yandex.ru](mailto:dasha-akva2010@yandex.ru).

*Винокурова Мария Викторовна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: mariav1982@mail.ru.

### **Authors**

*Yakusheva Daria Sergeevna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: dasha-akva2010@yandex.ru.

*Vinokurova Maria Viktorovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: mariav1982@mail.ru.

С.Н. Мозулев

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВСЕХ УРОВНЕЙ КАК УСЛОВИЕ НЕПРЕРЫВНОГО ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАВЫКОВ**

В статье рассматриваются вопросы организации профориентационной и образовательной деятельности молодежи и подростков в сфере подготовки к осуществлению предпринимательской деятельности и формирования предпринимательских навыков. Обосновывается необходимость объединения усилий и согласованности действий образовательных организаций начального, среднего, среднего профессионального, высшего и дополнительного образования при активном участии бизнес-сообщества, а также государственных и негосударственных институтов развития предпринимательства. Особое внимание уделяется конкурсным мероприятиям предпринимательской тематики, в том числе в рамках чемпионатного движения WorldSkills Russia.

*Ключевые слова:* предпринимательство; профориентация молодежи; WorldSkills Russia; обучение предпринимательской деятельности; поддержка малого бизнеса.

S.N. Mozulev

## **COLLABORATION OF ALL LEVELS EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS A CONDITION OF CONTINUOUS FORMATION OF ENTREPRENEURIAL SKILLS**

The article deals with the organization of youth career guidance and educational activities for young people and teenagers in the field of preparation for the implementation of entrepreneurial activity and the formation of entrepreneurial skills. The necessity of combining efforts and coordination of actions of educational organizations of primary, secondary, secondary professional, higher and additional education with the active participation of the business community, as well as state and non-state institutions of entrepreneurship development. Special attention is paid to the competitive activities of entrepreneurial subjects, including the WorldSkills Russia movement.

*Keywords:* entrepreneurship; youth career guidance; WorldSkills Russia; entrepreneurship training; small business support.

Благополучие страны и уровень благосостояния ее населения в значительной мере определяются тем, насколько в ней развит малый и средний бизнес, каково отношение общества к частной предпринимательской инициативе. Президент России В.В. Путин в своих выступлениях неоднократно подчеркивал, что одной из важнейших мер реальной поддержки этого сектора экономики является утверждение ценностей предпринимательства в обществе, формирование понимания особой роли такого труда как одного из важнейших ресурсов развития страны. Сейчас сложилось понимание того, что именно создание благоприятной

деловой среды в каждом регионе и муниципалитете — это ключевое условие развития малого и среднего бизнеса, без которого никакие льготы, преференции и гранты не помогут.

Подрастающее поколение всегда отличает энергия, энтузиазм, креативность и желание достижения новых целей. В мире, который становится все более динамичным и глобальным, именно молодым принадлежит особая роль в развитии современного общества, генерации свежих идей, новых подходов в организации и развитии своего дела. Но для того, чтобы молодежи двигаться дальше, нужно и внимательно ознакомиться с имеющимся отечественным и зарубежным опытом, а также преодолеть зачастую скептическое отношение населения к предпринимательской деятельности как таковой.

Образовательные организации общего среднего, среднего профессионального и высшего образования, осуществляя не только образовательные, но и воспитательные функции могут и должны принимать активное участие в формировании адекватного представления о современном предпринимательстве, его роли в современном мире, а также о совокупности компетенций и личностных качеств, которыми необходимо обладать для достижения успеха в бизнесе. Содействие развитию предпринимательского потенциала подрастающего поколения, повышение мотивации молодежи к практической предпринимательской деятельности, а также содействие решению вопросов занятости, повышения конкурентоспособности и развития инноваций являются нашими общими задачами, от решения которых без преувеличения зависит судьба страны.

Высокой эффективности данной работы можно достичь только в случае использования системного подхода, предусматривающего органическое сочетание мероприятий различной направленности: информационного, образовательного, консультационного характера, организуемых для всех возрастных категорий молодых людей на любых этапах планирования и становления собственного бизнеса с необходимым уровнем их дифференциации.

Конечной целью при этом является открытие новых предприятий теми молодыми людьми, которые желают и способны создать собственный бизнес, либо мотивированный отказ от выбора такой стези в силу объективного отсутствия совокупности необходимых факторов и условий (и это является не менее качественным результатом работы системы).

Работу в данном направлении можно разделить на несколько этапов, соотносящихся, в первую очередь, с возрастом обучающихся.

Не к первому, а, скорее, даже к нулевому этапу можно отнести работу с дошкольниками, а также учащимися начальных и средних классов. В числе основных задач здесь необходимо отметить необходимость формирования уважительного отношения к труду, выработку навыков рационального экономического мышления, формирования основ предпринимательской и финансовой грамотности. Детские сады и школы, в принципе, могут справиться с данной задачей, но специфика текущей ситуации такова, что уровень компетентности педагогов в данных вопросах может оставлять желать много лучшего, поэтому им необходима методическая и консультационная поддержка, прохождение повышения собственной квалификации, причем не в инициативном, а централизованном порядке.

Собственно, первым этапом системы начальной предпринимательской подготовки является работа с возрастной категорией от 14 до 18 лет. Это возраст ограниченной дееспособности, поэтому особо одаренные молодые люди на данном этапе уже могут создать собственный бизнес и заниматься дальнейшим развитием.

Основными задачами работы на данном этапе является формирование у обучающихся интереса к предпринимательству как профессии: ознакомление с основами предпринимательской деятельности, освоение навыков генерации собственной бизнес-идеи и командообразования, а также приобщение к идее предпринимательства как жизненной позиции.

Наиболее значимыми на данном этапе являются такие формы работы, как проведение игровых, тренинговых и иных проектов, конкурсов и узкоспециализированных образовательных курсов.

В силу различных причин на этом этапе наиболее целесообразным является тесное взаимодействие школ с вузами с частичным вовлечением представителей бизнес-сообщества, поскольку именно привлечение внешних компетентных участников позволяет нивелировать возможные затруднения в работе учителя, как правило, не являющегося предпринимателем или специализированным экспертом с учениками, которые предъявляют повышенные требования к его компетентности. Это, конечно, не отменяет необходимости осуществлять централизованное системное решение вопроса постоянного повышения бизнес-компетентности учителя, специализирующегося на данной предметной области.

Байкальский государственный университет (кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности) в этой связи уже второй год (с осени 2017 г.) реализует совместный проект с Министерством образования Иркутской области и иркутским региональным объединением товаропроизводителей и предпринимателей «Личность предпринимателя. Истории успеха».

Проектом предусмотрено проведение таких мероприятий, как:

- осуществление групповых исследовательских работ «Наш земляк — успешный предприниматель» и их публичную защиту на конкурсе в рамках «Дня предпринимателя» в муниципальных образованиях области;
- подготовка работ на конкурс эссе значении личностных качеств и компетенций предпринимателя в достижении им успеха;
- конкурс молодежных предпринимательских проектов учащихся старших классов и учреждений СПО;
- профессиональные пробы «Начинающий предприниматель»;
- а также проведение в специальном формате встреч молодежи с успешными предпринимателями «Встреча с успешным предпринимателем — билет в будущее».

К этой же работе можно отнести олимпиаду по экономике и основам предпринимательства из пула областных олимпиад «Золотой фонд Сибири».

Кроме повышения мотивации молодежи к практической предпринимательской деятельности в числе ожидаемых эффектов от данного этапа работы

(т.е. работа с возрастной категорией 14–18 лет) можно выделить повышение вероятности закрепления молодежи на территории Иркутской области (особенно сельских районов), а также развитие практики наставничества в предпринимательстве и формирование системы передачи молодежи опыта организации и управления бизнесом от успешных, состоявшихся в бизнесе предпринимателей.

Вторым этапом системы начальной предпринимательской подготовки является работа с возрастной категорией от 18 до 22–25 и вплоть до 30 лет. Это организация обучения молодежи по образовательным программам, направленным на приобретение навыков ведения бизнеса и создания малых и средних предприятий с выявлением лиц, имеющих способности к занятию предпринимательской деятельностью для оказания адресной поддержки в создании собственного бизнеса.

Содержательной основой данного этапа является формирование основных навыков подготовки бизнес-планов, их презентации, а также проработка механизма их практической реализации. Существенного роста эффективности работы на этом этапе можно достичь за счет обеспечения эффективного взаимодействия вузов:

- с одной стороны, образовательными учреждениями СПО и элементами технической инфраструктуры предпринимательства (типа ЦМИТов и бизнес-инкубаторов), которые помогут в решении вопросов, касающихся техники и технологии производства, материально-технической базы;

- с другой стороны, весомый вклад могут внести организации дополнительного образования, предоставляющие возможность углубленной подготовки по отдельным компетенциям;

- с третьей стороны, безусловно, необходимо участие бизнес-сообщества, которое будет выступать в качестве менторов, экспертов и, в конце концов, рассматривать молодых предпринимателей как потенциальных контрагентов и бизнес-партнеров.

Наиболее полно отвечающими требованиям данного этапа являются комплексы мероприятий международного чемпионатного движения Worldskills Russia по компетенции «Предпринимательство», которые реализуются Байкальским государственным университетом (Специализированный центр компетенций WorldSkills Russia БГУ по компетенции «Предпринимательство») с 2017 г., когда появилась соответствующая вузовская чемпионатная линейка, а также ожидаемой в Иркутской области в ближайшее время реализации федеральной программы «Ты — предприниматель» с соответствующей системой конкурсов и грантовой поддержки победителей.

В обоих случаях речь идет о демонстрации способности пройти весь путь от предпринимательской идеи до практического начала предпринимательской деятельности и получения практического результата — открытия собственного дела. После чего молодой предприниматель получает возможность в полной мере воспользоваться достаточно широким спектром различных мер поддержки, оказываемых уже элементами предпринимательской инфраструктуры и специализированными организациями типа Фонда поддержки предпринимательства Иркутской области и ряда других.

### **Информация об авторе**

*Мозулев Сергей Николаевич* — исполнительный директор Байкальского центра экономического образования и предпринимательства, Байкальский государственный университет; e-mail: msnm1@rambler.ru.

### **Author**

*Mozulev Sergey Nikolaevich* — Executive director of Baikal Center for Economic Education and Entrepreneurship, Baikal State University; e-mail: msnm1@rambler.ru.

# **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ**

УДК 379.85:332(14)

**М.В. Королева**

## **РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ЧАСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ РОССИИ**

Статья раскрывает взаимосвязь роли государства в регулировании развития предпринимательства в сфере туризма и реализации экономических интересов. Рассматриваются четыре типа туристической деятельности и значимость туристических объектов для развития туристической отрасли. Определяется базовый уровень в реализации экономических интересов в сфере туризма и специфика туристической деятельности, перечисляются субъекты туристической сферы и ресурсные возможности развития внутреннего туризма. Выявляются три базовые задачи при формировании государственных программ, регулирующих развитие предпринимательства в сфере туризма. Раскрывается понятие устойчивого развития территории и выявляется ключевая форма реализации экономических интересов России.

*Ключевые слова:* экономический интерес; территория; устойчивое развитие; предпринимательство; государство.

**M.V. Korolyova**

## **DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE SPHERE OF TOURISM AS A FORM OF IMPLEMENTATION OF THE PART OF THE ECONOMIC INTERESTS OF RUSSIA**

The article reveals the relationship of the role of the state in regulating the development of entrepreneurship in the field of tourism and the realization of state economic interests. Four types of tourism activities and the importance of tourist facilities for the development of tourism activities are considered. The basic level in the implementation of economic interests in the field of tourism and the specifics of tourism activities is determined, the subjects of the tourism sector and resource opportunities for the development of domestic tourism are listed. Three basic tasks are identified during the formation of state programs governing the development of tourism business. There are revealed the concept of sustainable development of the territory and the key form of realization of the economic interests of Russia.

*Keywords:* economic interest; territory; sustainable development; entrepreneurship; state.

Экономические интересы являются базовой составляющей интересов государства. Развитие туристической деятельности является формой реализации части экономических интересов государства, тогда как вся совокупность экономических интересов России будет выражена в развитии остальных приоритетных

отраслей экономики страны и во внешнеэкономической деятельности, направленной на развитие экономики государства.

### **Специфика туристической деятельности**

Туристическая деятельность представлена четырьмя основными типами предпринимательской деятельности. Данное разделение является условным ввиду особой специфичности туристической отрасли.

Первый тип деятельности осуществляет разработку и последующее производство туристического продукта. Так, комплекс услуг, товаров и работ, необходимый для удовлетворения потребностей путешествующего индивида реализуется через туристический продукт, который состоит из трех составляющих: тура, дополнительных экскурсионных услуг, сопутствующих туристических товаров или услуг. Тур реализуется потребителю как единое целое и представляет собой первичную единицу туристического продукта. Данную деятельность осуществляют туроператоры. Спецификой данного типа туристической деятельности является то, что сформированному туристическому продукту сопутствуют развитие и формирование соответствующих туристических товаров и услуг.

Второй тип деятельности осуществляет продвижение и продажу туристического продукта потребителю, посредством осуществления коммерческой и посреднической деятельности. Субъектами данного типа туристической деятельности являются туроператоры и турагенты.

Третий тип деятельности связан с оказанием информационно-консультативных услуг, связанных с маркетинговыми исследованиями, анализом возможностей субъектов туристической сферы и решением задач туристического менеджмента.

Четвертый тип деятельности связан с привлечением и преобразованием денежных средств для целей производства или воспроизводства туристического продукта посредством осуществления финансовых или инвестиционных операций. Особое значение для привлечения инвестиций в туристическую деятельность занимают туристические объекты, которые представляют собой особые центры «притяжения» для туристов. Объекты туризма представляют собой элементы туристической индустрии, по отношению к которым направлена профильная деятельность субъектов туризма. Туристическими объектами могут быть как крупные территориальные образования, такие как заповедники, заказники, национальные парки, так и объекты недвижимого имущества, обладающие исторической, культурной и социальной значимостью, такие как памятники архитектуры, археологии, искусства, науки и др.

Основой предпринимательской деятельности в сфере туризма, как и в любой другой сфере является предпринимательская идея. Формирование предпринимательской идеи является самой главной задачей предпринимательской деятельности. Задачу по формированию идеи решает формула экономической активности, представляющей собой формализованные операции по умножению потребностей потребителей туристического продукта на способность туристических компаний производить туристический продукт.

Формирование, производство и продажа туристического продукта приводит к реализации экономических интересов базового уровня, связанных с извлечением доходов или прибылей субъектами туристической сферы.

### **Роль государства в развитии туристической отрасли**

Государство представляет собой основополагающее звено, осуществляющее регулирующую функцию процессов взаимодействия хозяйствующих субъектов, стремящихся реализовать свои экономические интересы. Формы проявления экономических интересов на микроуровне могут, например, проявляться в увеличении числа рабочих мест и занятости населения, в прибыльности компаний и возможностях получения дополнительных доходов от туристической деятельности, в налоговых льготах для объединений туроператоров, в приобретении статуса резидента туристско-рекреационной особой экономической зоны (далее — ТР ОЭЗ), а также в привлекательности федеральных программ поддержки туристических компаний. Так, организации — резиденты ТР ОЭЗ, объединенные решением Правительства Российской Федерации в кластер, освобождаются от налога на прибыль, налогов на имущество и землю [3]. Формы проявления экономических интересов макроуровня выражаются в увеличении налоговых отчислений, связанных с увеличением доходности от сферы туризма и сферы услуг (гостиничных комплексов, санаторно-курортных комплексов, ресторанных комплексов и пунктов общественного питания и др.), в стимулировании развития инфраструктуры городов и пригородов, дорожных магистралей, объектов туристического назначения и др.

Роль универсального связующего звена между субъектами экономических отношений в хозяйственной деятельности выполняет экономический интерес. На макроуровне государство выполняет роль субъекта регулирующего, защищающего, реализующего государственные и национальные экономические интересы. На микроуровне к субъектам сферы туризма, представляющим экономические интересы, причисляют туроператоров, турагентства, транспортные компании, отельные хозяйства, экскурсионные бюро и т.д.

В ст. 3 «Принципы государственного регулирования туристской деятельности» 132-ФЗ, государство признает туристскую деятельность одной из значимых отраслей экономики Российской Федерации, определяет и поддерживает приоритетные направления туристской деятельности [5].

По данным Всемирной туристической организации при ООН (ЮНВТО), по первому полугодю 2018 г. международный туризм демонстрирует рост на 6 % по сравнению с 2017 г. [6]. Данный показатель характеризует увеличение туристической активности в мире, а значит и формирует предпосылки для создания благоприятных условий привлечения туристов на территорию Российской Федерации.

Развитие внутреннего туризма в России происходит в различных направлениях, представленных экскурсионным или познавательным туризмом, приключенческим или экстремальным туризмом, пляжным и оздоровительным туризмом, паломническим туризмом, деловым туризмом и экологическим туризмом.

В ст. 7 Указа Президента РФ № 204 от 7 мая 2018 г. «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до

2024 года» принимается увеличение площади особо охраняемых природных территорий на 5 млн гектаров, создание инфраструктуры для экологического туризма в национальных парках [8]. Указ Президента раскрывает запросы государства в отношении развития туризма через формирования необходимой инфраструктуры для экологического туризма, который в свою очередь обладает наиболее богатыми ресурсными возможностями. В России расположены 41 национальный парк и 103 заповедника. Пять российских природных объектов включены в список мирового наследия ЮНЕСКО: Алтайские горы, озеро Байкал, вулканы Камчатки, леса Коми и Западный Кавказ. Все это представляет уникальный и достаточно мощный потенциал для развития внутреннего туризма России.

«Основы государственной политики в области экологического развития РФ на период до 2030 года» утверждают научно обоснованное сочетание экологических, экономических и социальных интересов человека, общества и государства в целях устойчивого развития и обеспечения благоприятной окружающей среды и экологической безопасности [4]. Для реализации представленных задач «ведутся разработки по выявлению ландшафтно-экологических условий дифференциации природопользования, методов использования географической информации для оценки антропогенных нарушений окружающей среды и обоснования способов их компенсации» [7, с. 18]. Загрязнение окружающей среды является существенным фактором, препятствующим развитию туристической сферы и приводящим к деградации туристических объектов. В решении данной проблемы важная роль отводится государству, способному выявлять антропогенные нарушения и проводить политику по гармоничному и бережному природопользованию.

### **Задачи государственных программ по развитию предпринимательства в сфере туризма**

Развитию предпринимательства в сфере туризма способствует формирование федеральных и муниципальных программ, предполагающих реализацию трех ключевых задач.

Первая задача предполагает обеспечение устойчивого развития территории. «Устойчивое развитие территории подразумевает под собой обеспечение при осуществлении градостроительной деятельности безопасности и благоприятных условий жизнедеятельности человека, ограничение негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду и обеспечение охраны и рационального использования природных ресурсов в интересах настоящего и будущего поколений» [1]. Территория рассматривается как особый тип пространственного ресурса и представляет собой поверхность земли с природными комплексами, городскими и сельскими поселениями, а ее развитие предполагает рациональное использование природных ресурсов для обеспечения условий жизнедеятельности человека. Развитие территории является необходимым условием развития туристической деятельности. Реализация экономических интересов субъектов туристической отрасли должна сочетаться с долгосрочными интересами государства в базовой ее части: сохранение национальных богатств для будущих поколений.

Вторая задача при формировании программ по развитию предпринимательства в сфере туризма предполагает создание инфраструктуры, предусматривающей развитие транспортно-планировочного каркаса территории, образуемого сетью магистральных улиц и дорог. Дороги «представляют собой участки улично-дорожной сети с преобладающим движением транзитного и грузового автомобильного транспорта, прокладываемые в изоляции от жилых территорий, общественных центров, зон отдыха» [2, с. 224]. Гармоничное развитие транспортной инфраструктуры предполагает строительство достаточного количества дорог, освобождающих город, поселение или объект туристического назначения от чрезмерной загруженности транзитным и грузовым транспортом. В то же время, территория, свободная от лишнего транспорта, способна осуществить более качественный пассажирооборот с наименьшими временными затратами. Поэтому транспортная обслуженность, характеризуемая плотностью и разветвленностью транспортных коммуникаций, является важным показателем для развития туристической отрасли. Своевременный и бесперебойный проезд до мест размещения или временного нахождения потребителей туристического продукта, регулярный вывоз и утилизация отходов жизнедеятельности предполагают создание материально-технической базы, которая включает элементы транспортной инфраструктуры и транспортные средства для осуществления всевозможных перевозок пассажиров и грузов.

Третья задача при формировании программ по развитию предпринимательства в сфере туризма предполагает создание экономической системы, способствующей извлечению прибылей от взаимодействия с туристическими объектами и включающую системы мониторинга и контроля за состоянием туристических объектов. Экономическое функционирование системы необходимо производить при помощи механизма разработки решений на основе данных объективного анализа, направленных на получение нормальной прибыли и сохранение туристического потенциала. Нормативно-правовое регулирование необходимо для контроля доступа к застройке, чтобы предотвратить бесконтрольное частное строительство и как следствие ухудшение показателей привлекательности туристических объектов.

Следует понимать, что при отсутствии реализации любой из представленных задач может произойти постепенная или стремительная деградация туристических объектов, тогда как реализация всех задач способствует развитию всех четырех типов предпринимательской деятельности в сфере туризма. Для развития туристической сферы устойчивое развитие территории является необходимым условием, в то же время и вполне просчитываемым фактором конечности и ограниченности потенциала роста доходности сферы туризма. Устойчивое развитие территории является одной из ключевых форм реализации экономических интересов России. Реализация вышеизложенных задач средствами государственного регулирования способствует рациональному развитию предпринимательства в сфере туризма и как следствие реализации экономических интересов государства.

## Список использованной литературы

1. Градостроительный кодекс РФ от 29.12.2004 г. № 190-ФЗ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ivo.garant.ru>.
2. Иодо И.А. Градостроительство и территориальная планировка / И.А. Иодо, Г.А. Потаев. — Ростов н/Д. : Феникс, 2008. — 285 с.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая (п. 1.2 ст. 284) [Электронный ресурс] : федер. закон от 05.06.2000 г. № 117-ФЗ (п. 1.2 введен Федеральным законом от 30.11.2011 г. № 365-ФЗ) // КонсультантПлюс.
4. Основы государственной политики в области экологического развития РФ на период до 2030 года [Электронный ресурс] : утв. Президентом РФ 30.04.2012 г. — Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/15177>.
5. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ : (ред. от 04.06.2018 г.) // Консультант Плюс.
6. Официальный сайт. Всемирная туристская организация ЮНВТО [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www2.unwto.org/press-release>.
7. Семенов Ю.М. Ландшафтно-географическое обеспечение экологической политики природопользования в регионах Сибири / Ю.М. Семенов // География и природные ресурсы. Институт географии СО РАН. — Иркутск, 2014. — № 3. — С. 16–21.
8. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года [Электронный ресурс] : указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204. — Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

## Информация об авторе

*Королева Марина Викторовна* — аспирант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [KorolyovaMV@rambler.ru](mailto:KorolyovaMV@rambler.ru).

## Author

*Korolyova Marina Viktorovna* — PhD student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [KorolyovaMV@rambler.ru](mailto:KorolyovaMV@rambler.ru).

## УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье обосновывается актуальность и важность управления прибылью в сельскохозяйственных организациях. Представлена финансовая политика действующей сельскохозяйственной организации — ООО «Авангард» Куйтунского района Иркутской области, система управления прибылью данной организации, включающая субъект, инструмент воздействия, объект и конечную цель. Разработаны приоритеты финансовой политики, в частности, в качестве основного способа увеличения прибыли от реализации продукции выступает снижение себестоимости затрат посредством развития научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ в организации, а также внедрения нового оборудования, применение инновационных технологий. Сформулирован вывод о роли планирования в процессе управления прибылью сельскохозяйственной организации.

*Ключевые слова:* управление прибылью; сельскохозяйственные организации; финансовая политика.

Е.А. Pina, M. Li, Ya. Fan

## INSTITUTE OF APPROVALS: FORMATION AND CRITERIA

The article substantiates the relevance and importance of profit management in agricultural organizations. The financial policy of the existing agricultural organization — Avangard LLC of Kuytunsky District of the Irkutsk Region, the profit management system of this organization, including the subject, instrument of influence, object and final goal, is presented. The priorities of financial policy have been developed, in particular, the main way to increase profits from product sales is to reduce the cost of costs through the development of research, development and technological work in the organization, as well as the introduction of new equipment, the use of innovative technologies. The conclusion about the role of planning in the process of managing the profit of an agricultural organization is formulated.

*Keywords:* profit management; agricultural organizations; financial policy.

Роль прибыли в деятельности организации сложно переоценить, поскольку она выступает источником финансовых ресурсов для реинвестирования и развития производства; для проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ с целью внедрения инновационных разработок; для стимулирования работников посредством выплаты премий и проведения социальной политики с создания благоприятного микроклимата в коллективе; для благотворительной деятельности.

Однако в настоящее время обеспечить рост прибыли организаций становится сложнее, это связано. Во-первых, с ростом акциза на топливо, который негативно отразится на уровне себестоимости продукции, во-вторых, увеличе-

ние НДС окажет «двойной удар» на предприятия, с одной стороны, это увеличивает стоимость покупок товароматериальных ценностей, с другой стороны, для обеспечения конкурентоспособности товара по цене, организациям придется снижать торговую надбавку. При этом с ростом тарифов на ЖКХ, связь, подорожаем ГСМ и т.д. снижается покупательная способность населения.

В таких условиях всем организациям, в том числе сельскохозяйственным, необходимо обратить особое внимание процессу управления прибылью.

Процесс управления прибылью предприятия отражается в ее финансовой политике — общей финансовой идеологии предприятия. Рассмотрим финансовую политику сельскохозяйственной организации ООО «Авангард» Куйтунского района Иркутской области.

ООО «Авангард» развивающаяся организация, которая получает прибыль по текущей деятельности и увеличивает ее за счет превышения прочих доходов над прочими расходами. Результаты маржинального анализа свидетельствуют о снижении силы воздействия операционного рычага, что означает снижение предпринимательского риска и является благоприятной тенденцией. Характеристика процесса управления прибылью данной организации позволила выявить ряд проблем, основная из которых — отсутствие единого центра управления, что свидетельствует о наличии объективно-необходимой потребности в разработке мероприятий по совершенствованию управления прибылью.

Цель финансовой политики ООО «Авангард» — построение эффективной системы управления финансами, направленной на достижение стратегических и тактических целей его деятельности.

Стратегические задачи финансовой политики ООО «Авангард» Куйтунского района Иркутской области представлены на рис. 1.



Рис. 1. Стратегические задачи финансовой политики ООО «Авангард» Куйтунского района Иркутской области

Разработка и обоснование приоритетов финансовой политики при управлении величиной прибыли должны опираться на подробный анализ внешнего окружения фирмы, а также учитывать ошибки и недостатки, допущенные в прошлом. На рис. 2 представлена система управления прибылью ООО «Авангард», которая включает субъект и объект управления, а также инструменты воздействия.

Поскольку размер прибыли зависит от трех основных факторов: объем производства, цена реализации, себестоимость единицы продукции, то основным путем увеличения прибыли от реализации продукции состоит в снижении затрат. В традиционном представлении важнейшими способами достижения этой цели является экономия всех видов ресурсов, потребляемых в производстве: трудовых и материальных [2].

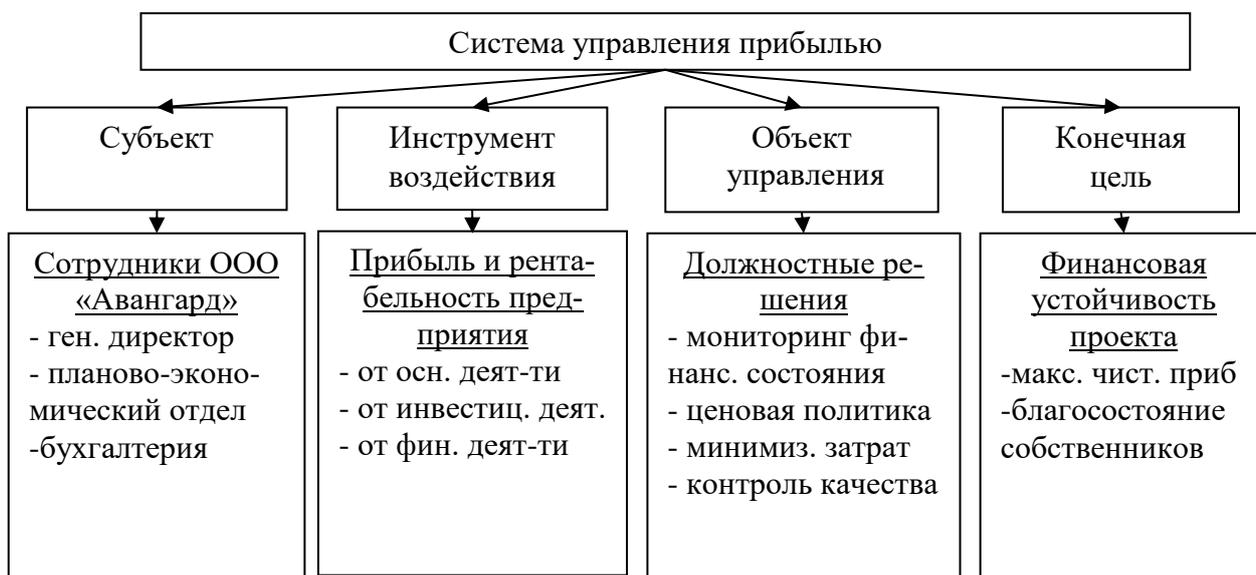


Рис. 2. Система управления прибылью ООО «Авангард» Куйтунского района Иркутской области

Так, значительную долю в структуре издержек производства ООО «Авангард» занимает оплата труда. Поэтому актуальна задача снижения трудоемкости оказываемых услуг, роста производительности труда, сокращения численности административно-обслуживающего персонала.

Снижения трудоемкости оказываемых услуг, роста производительности труда в ООО «Авангард» можно посредством применения современных технологий, в частности программ обработки данных; замена и модернизация устаревшего оборудования. Однако одни мероприятия по совершенствованию применяемой техники и технологии не окажут требуемого эффекта без улучшения организации производства и труда [3].

В сельском хозяйстве резервы снижения себестоимости кроются в повышении производительности, так в растениеводстве — рост урожайности вследствие внесения удобрений и соблюдения агротехнологических сроков посева и уборки урожая, животноводстве — сокращение яловости коров, пересмотр кормовой базы и, по возможности, «переход» на собственную кормовую базу.

Сокращение расходов по амортизации основных производственных фондов ООО «Авангард» может достигнуть путем лучшего использования этих фондов, максимальной их загрузки.



Рис. 3. Приоритеты финансовой политики ООО «Авангард» Куйтунского района Иркутской области

Увеличение цены в ООО «Авангард» связано с улучшением технико-экономических параметров и потребительских свойств оказываемых услуг, кроме того перспективным является выход на рынок с новым товаром.

В настоящее время в финансовой политике ООО «Авангард» существуют только отдельные элементы планирования (составление сметы затрат на реализацию объекта, прогноз поступления денежных средств). Это косвенно свидетельствует о том, что предприятие не имеет целевых установок развития. Считаем это неприемлемым, ведь планирование — это не только постановка цели развития, но и определение путей наиболее эффективного достижения поставленных целей.

Следует отметить, что при планировании, анализе и оценке прибыли в процессе управления прибылью необходимо использовать конкретные показатели, систематизированные по наиболее важным признакам. При управлении прибылью сельскохозяйственной организации необходимо применять системный подход к управлению, основываясь на разделении процесса управления на ориентацию поставленных стратегических задач [1, с. 17].

Таким образом, в ООО «Авангард», как в большинстве сельскохозяйственных организаций среднего размера, не занимаются управлением прибылью, которое предполагает анализ, планирование, распределение и контроль, что препятствует системному развитию, в связи отсутствием конкретно поставленной цели и плана по ее достижению. В процессе управления прибылью сельскохозяйственной организации считаем целесообразным уделять больше внимания планированию как размера прибыли, так и направлений ее использования. Кроме того, предложенные приоритеты финансовой политики предполагают развитие предприятия на инновационной основе.

## Список использованной литературы

1. Жилияков Д.И. Управление прибылью на предприятиях промышленного птицеводства : автореф. дис. ... канд экон. наук : 08.00.05 / Д.И. Жилияков. — М. ; Курск, 2007. — 19 с.
2. Малышева Е.В. Издержки производства и пути их снижения / Е.В. Малышева, М.С. Агафонова // Международный студенческий научный вестник. — 2014. — № 1 — Режим доступа: <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=11811>.
3. Монгуш Ю.Д. Оценка финансового результата сельскохозяйственного предприятия / Ю.Д. Монгуш, Е.А. Ильина // Экономика и предпринимательство. — Т. 12, № 6 (95). — С. 1204–1207.

## Информация об авторах

*Ильина Елена Андреевна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа, Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, пос. Молодежный; e-mail: [ielena1771@bk.ru](mailto:ielena1771@bk.ru).

*Ли Мяомяо* — магистрант, кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа, Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, пос. Молодежный; e-mail: [462514558@qq.com](mailto:462514558@qq.com).

*Янь Фань* — магистрант, кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа, Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, пос. Молодежный; e-mail: [1522985170@qq.com](mailto:1522985170@qq.com).

## Authors

*Irina Elena Andreevna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Finance, Accounting and Analysis, Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Ezhevsky, Molodezhnyy; e-mail: [ielena1771@bk.ru](mailto:ielena1771@bk.ru).

*Li Miaomiao* — Master's student, Chair of Finance, Accounting and Analysis, Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Ezhevsky, Molodezhnyy; e-mail: [462514558@qq.com](mailto:462514558@qq.com).

*Yan Fan* — Master's student, Chair of Finance, Accounting and Analysis, Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Ezhevsky, Molodezhnyy; e-mail: [1522985170@qq.com](mailto:1522985170@qq.com).

# **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ЭКОЛОГИИ И ЭНЕРГЕТИКИ**

УДК 658:502/504

**М.Г. Вурганов, О.В. Горбунова, Л.Ф. Константинова**

## **РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ВМР В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

В данной статье рассматривается становление эколого-ориентированного предпринимательства, которое имеет возможность поменять экологическую ситуацию в России и за рубежом, повысить сохранность окружающей среды и минимизировать эксплуатацию недр стран мира. Экологическое предпринимательство нацелено уберечь население России и зарубежных стран от крайне пагубных экологических последствий. Предприниматели, занимающиеся сохранностью окружающей среды, могут поменять приоритеты между экологией и бизнесом таким образом, что позволит враз сформировать для них как экономическую ценность, так и экологическое наследие страны.

*Ключевые слова:* предпринимательство; экология; загрязнение; бизнес; охрана окружающей среды; ВМР; технологии; закон.

**M.G. Vurganov, O.V. Gorbunova, L.F. Konstantinova**

## **THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL ENTREPRENEURSHIP IN THE FIELD OF WMR IN RUSSIA AND ABROAD**

This article discusses the emergence of environmentally - oriented entrepreneurship, which has the ability to change the ecological situation in Russia and abroad, to improve the preservation of the environment and to minimize the exploitation of the bowels of the world. Eco-logical entrepreneurship aims to protect the population of Russia and foreign countries from extremely harmful environmental consequences. Environmental companies may change their priorities between the environment and business in such a way that they can at once generate both the economic value and the ecological heritage of the country for them.

*Keywords:* entrepreneurship; ecology; pollution; business; environmental protection; WMR; technology; law.

В конце XX в. мировое сообщество осознало огромный ущерб экологии, нанесенный значительным увеличением производства и потребления товаров и услуг. В связи с необходимостью борьбы с загрязнением окружающей среды развитие страны открыли новую сферу предпринимательства — экологическую. Экологическое предпринимательство при активной поддержке государства является не только общественно значимым, но и весьма прибыльным видом бизнеса.

Выделяется несколько видов экологического предпринимательства:

1. Разработка и внедрение программного обеспечения и средств автоматизации в сфере охраны окружающей среды, используемых органами государственного и муниципального управления.

2. Услуги и работы по добыче, продаже, скупке, содержанию, обмену, а также импорту и экспорту различных биологических объектов и коллекций.

3. Экологический аудит промышленных предприятий, особенно работающих в добывающей отрасли.

4. Эксплуатация и ремонт природоохранного оборудования, а также контроль экологических показателей в различных видах транспортных средствах.

5. Оценка экологической безопасности веществ, материалов и технологий, применяемых в промышленности.

6. Благоустройство окружающей среды, под которым понимается не только посадка растений, но и ликвидация свалок.

7. Производство экологически чистых продуктов питания.

8. Торговля квотами и разрешениями на определенный объем выброса вредных веществ в атмосферу [6].

На основе статистических данных мы видим, что объем продукции, производимой на экологическом рынке, оценивается от 600 млрд до 2 трлн дол., а темп роста составляет от 5,5 до 7,0 % в год. Вклад экологического бизнеса в ВВП странах Евросоюза, США и Японии составляет от 10 до 24 %. Только внутренний рынок США по производству природоохранной продукции и услуг составляет ежегодно 37 млрд дол., Японии — 30 млрд дол., Германии — 20 млрд дол., Франции — 10 млрд дол. В странах Восточной Европы, включая СНГ, производство природоохранной продукции и услуг оценивается на уровне 20 млрд дол. ежегодно [8]. Различные оценки сходятся на том, что бюджетные инвестиции в альтернативные источники энергии в США и странах ЕС находятся на втором месте после военных.

Началом активной деятельности по развитию экологического предпринимательства принято считать начало 80-х гг. прошлого столетия. Флагманами выступили развитые страны, большинство из которых входит в НАТО. США и Западная Европа создали Всемирную промышленную конференцию по экологическому управлению. Данное направление активно развивалось и же в последнем десятилетии XX в. ведущие компании мира создали Совет предпринимателей по устойчивому развитию, целью которого являлось привлечение бизнеса к решению экологических проблем. Ужесточение экологических норм оказало огромную помощь развитию экологического предпринимательства в данных странах.

Ярким примером здесь являются США. Ежегодные траты правительства и бизнеса на очистку от загрязнения превышают 90 млрд дол., при этом большая часть суммы тратится предприятиями. Это объясняется жестким федеральным законодательством в данной сфере. Закон «О борьбе с твердыми отходами», изданный в 1976 г. и дважды редактируемый позже, ориентирован на производство продукции из ВМР. В государстве действуют обязательные стандарты по минимальному содержанию ВМР в товарной продукции. Так как в стране запрещено открытие новых свалок, то переработка ВМР является самым дешевым и прибыльным способом избавления от них [7].

По данным самой компании, в 2014 г. Apple собрала более 40 т отходов электроники. При этом стали, содержащейся в отходах, хватило бы на постройку 160 км железнодорожных путей [4].

Значительный рост испытывает направление экологического бизнеса в виде производства экологически чистых продуктов питания. Данная отрасль пищевой продукции без использования различных химических веществ, таких как пестициды и химические удобрения ведет к росту малого и среднего предпринимательства. Наибольшим спросом пользуется мясная и молочная продукция. При этом рынок данной продукции насыщен не только в США, но и странах Западной Европы и азиатских странах. Ввиду такого спроса у России появляется возможность занять свою долю, поскольку Российская Федерация располагает как относительно дешевой рабочей силой, так и плодородными землями, тем более, что в России еще не получило достаточное распространение производство продуктов питания с использованием химических средств.

Одновременно со странами Запада в Японии принимаются подобные законодательные акты по охране окружающей среды и организации экологического предпринимательства. В Японии в силу ограниченности территории законы приобрели более строгий характер. В 1973 г. был принят Закон «экспертизе новых химических веществ». С 1988 г. активно действует Закон «об общей экологической экспертизе». Правительством Японии было принято решение ужесточить нормативную базу регулирования, финансовые расходы было решено полностью переложить на фирмы-загрязнители. С целью поддержки фирм с экологичным производством была создана система санкций и штрафов для фирм-загрязнителей. Это позволило сделать продукцию фирм, занимающихся переработкой ВМР более конкурентоспособной. Высокие издержки для компаний-загрязнителей поставили данные компании в очень трудное финансовое положение и вынудили внедрить в производство более экологичные методы. Данная стратегия позволила Японии стать признанным лидером в области экологического бизнеса. Ярким примером является использование плазменного конвертора, который сжигает наиболее токсичные промышленные отходы и после их переработки получается синтетический газ, который широко используется в энергетике. Твердый остаток преобразуется в камень, который по своим характеристикам практически идентичен обсидиану, используемому в строительстве и постройке дорожно-транспортного полотна.

Значительного успеха в использовании ВМР достигли страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Сформирован и активно развивается рынок услуг по переработке отходов производства и потребления. Обусловлено это тем, что продукция, отслужившая свой срок полезного использования, содержит большое количество различных полезных веществ и материалов, извлечь которые значительно дешевле, чем добывать из природного сырья. Это наглядно демонстрирует экономическую эффективность их использования для корпораций. LG Electronics Inc., Samsung, Panasonic, Toyota, Mitsubishi – выделяют специальные подразделения и отделы, направленные на использование ВМР [5].

Странами АТР была создана система управления твердыми бытовыми отходами, которая дает наилучший результат на высокоурбанизированных территориях, ведь именно там наблюдается наибольшая концентрация бытовых и промышленных отходов.

Таким образом, можно выделить закономерности развития экологического предпринимательства в развитых странах. В России имеются все предпосылки для развития экологического предпринимательства. На территории страны действует большое количество промышленных предприятий в добывающей и перерабатывающей отраслях. Создается большое количество ВМР, которые рационально использовать. Также населением страны выбрасывается огромная масса отходов, являющихся ВМР. Их сбор и переработка способны не только принести общественную пользу, но и значительную прибыль. Первоначально необходимо создание проработанного законодательства в области охраны окружающей среды и использования ВМР. Необходимо создать механизмы поддержки предприятий, производящих экологически чистую продукцию. Здесь показателен опыт Японии, когда производство товаров и услуг без охраны окружающей среды становится нерентабельным. Далее необходимо использовать механизм мультипликатора, заключающийся в том, что государству необходимо первому инвестировать в экологическое предпринимательство, что повлечет за собой инвестиции из бизнеса. И, наконец, необходимо сформировать культуру ответственного потребления среди граждан, чтобы использование ВМР стало одной из идей успешного общества. Это обеспечит снижение издержек предприятий на переработку, сортировку и транспортировку отходов, что в свою очередь сделает экологический бизнес более рентабельным.

В России экологическое предпринимательство рассматривается как фактор, способствующий обеспечению экологической безопасности предпринимательской деятельности в целом, и как направление предпринимательской деятельности в области экологического менеджмента [2].

Предоставление права на здоровую экологию официально закреплено Конституцией, законами «Об охране окружающей среды» и «О защите прав потребителей». Принятые законы формируют правовую основу для деятельности экологического рынка России. Законодательный орган отводит важную роль экологическим инновациям в решении экологических проблем, а именно, предвидится обеспечивать налоговыми и другими льготами предпринимателей при введении качественных доступных технологий (на базе новых достижений в науке и технике, которые стремятся снизить отрицательное воздействие на окружающую среду), нетрадиционные формы энергии, переработки вторичных материальных ресурсов. Государственная поддержка осуществляется для предпринимательской и инновационной деятельности, которая направлена на сохранение и оживление окружающей экологии.

Каждый год потери от загрязнения окружающей среды и нецелесообразного потребления ресурсов в России составляют около 10–20 % валового национального продукта. Если брать общее число предприятий, ориентированных на малый и средний бизнес, то только 15 % ввели бы природоохранные процедуры в свои учредительные документы.

В настоящее время на свалках России находится 1,4 млрд т разного вида отходов. С каждым годом к этому числу прибавляется еще 89,9 млн т опасных токсических продуктов, в первую очередь это нефть. Примерно 15 % территории страны официально на сегодняшний день носят название «зона экологической

катастрофы». Особую опасность для жизни и здоровья людей представляют твердые бытовые отходы, захороненные в необорудованных местах вблизи городов и промышленные отходы высоких классов опасности (тяжелые металлы и высокотоксичные вещества) [3].

На ухудшение экологической ситуации в Российской Федерации влияют различные экономические и юридические факторы, такие как:

- отсутствие современного оборудования и технологий;
- чрезмерное использование природных ресурсов;
- неразработанная нормативная база для защиты окружающей среды;
- развитие тех направлений экономики, что экспортируют ресурсы;
- низкий уровень целевого финансирования;
- несовершенное законодательство [9].

В России восприятие экологических проблем и экологической политики очень отстает от развитых стран. Невзирая на нарастающий интерес в сохранении экологии, для России экологическое предпринимательство находится пока в зарождающейся стадии.

Однако следует отметить, что работа по совершенствованию природоохранного законодательства началась с 2008 г. после передачи соответствующих полномочий указом президента РФ Министерству природных ресурсов и охраны окружающей среды. Слово «экология» впервые за последние годы появилось в федеральном органе исполнительной власти. 30 декабря 2008 г. был принят федеральный закон № 309, в соответствии с которым малые и средние предприятия получили право публиковать данные по утилизации отходов, а не получать соответствующие разрешения. Упрощена процедура лицензирования по управлению отходами и создан институт экологической экспертизы при строительстве объектов по обезвреживанию и захоронению отходов.

Первым шагом к сокращению отходов стал подготовленный по инициативе Минприроды России законопроект об утилизации пришедших в негодность автомобилей [1]. Организация и стимулирование экологического предпринимательства в России со стороны государства делает возможным обеспечение конкурентных преимуществ фирмам, производящим экологически допустимые товары, и позволяет понизить губительное воздействие человека на окружающую среду.

В последнее время активно развиваются экологические и инновационные прогрессивные технологии. Служить примером может переход на наилучшие доступные технологии (НДТ). В данном проекте ожидается перевести предприятия на такие технологии, которые бы минимизировали ущерб экологии в целом. Реализация данного проекта, принятого в 2014 г., планируется в течение 7–14 лет. Но существуют достаточно острые проблемы в отсутствии специалистов, которые могли бы приступить к работе и отсутствие российского оборудования, аналогичного западному.

Опыт России и зарубежных стран показывает, что на эффективность предпринимательской деятельности все в большей степени влияют экологические факторы. Исходя из этого основной экономической задачей выступает охрана окру-

жающей среды. Такая деятельность оказывает содействие бизнесу и может приносить прибыль от создания усовершенствованных технологий и от продаж экологически чистой продукции. Именно такая продукция занимает стабильное положение, как товара потребления, так и товара промышленного предназначения.

### Список использованной литературы

1. Варенникова Е.В. Экологическая политика как форма организации экологически ориентированного предпринимательства / Е.В. Варенникова // Вестник государственного Ленинградского университета имени А.С. Пушкина. — 2011. — № 1. — С. 60–67.

2. Захарова В.А. Роль государства в развитии экологического предпринимательства в России / В.А. Захарова // Международная научно-техническая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Научная сессия ТУСУР — 2016». — 2016. — Т. 6. — С. 177–179.

3. Захарова В.А. Российский опыт развития экологического предпринимательства / В.А. Захарова, Л.В. Земцова // Международная научно-техническая и научно-методическая конференция «Современные технологии в науке и образовании» СТНО. — 2016. — Т. 4. — С. 122–125.

4. Как Apple создает новые iPhone из старых РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/tech/2016/02/27/8085461/where-iphones-die.shtml>.

5. Напалкова А.А. Состояние и тенденции развития рынка услуг по утилизации и переработке твердых бытовых отходов в странах АТР / А.А. Напалкова, А.Е. Насадюк // Вестник ТГЭУ. — 2015. — № 2. — С. 74.

6. Новоселов С.Н. Экологическое предпринимательство: сущность, особенности, пути развития [Электронный ресурс] / С.Н. Новоселов // Инженерный вестник Дона. — 2012. — № 4-2. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskoe-predprinimatelstvo-suschnost-osobennosti-puti-razvitiya>.

7. Уразова Л.П. Зарубежный опыт развития экологического предпринимательства / Л.П. Уразова // Труды Псковского политехнического института. — 2008. — № 11.2. — С. 182–188.

8. Филичева Т.П. Проблемы развития экологического предпринимательства / Т.П. Филичева // Территория новых возможностей. — 2018. — № 1 (40).

9. Хрусталева А.А. Предпринимательская деятельность в области защиты окружающей среды / А.А. Хрусталева // Всероссийский научно-практический журнал «История, философия, экономика и право». — 2013. — № 3. — С. 3–7.

### Информация об авторах

*Вурганов Максим Геннадьевич* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [maxvur@mail.ru](mailto:maxvur@mail.ru).

*Горбунова Ольга Викторовна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: olga\_gor98@mail.ru.

*Константинова Лиля Файтуловна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: keppd@mail.ru.

### **Authors**

*Vurganov Maksim Gennadyevich* — Student, Chair of enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: maxvur@mail.ru.

*Gorbunova Olga Viktorovna* — Student, Chair of enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: olga\_gor98@mail.ru.

*Konstantinova Liya Faitulovna* — PhD in Economy, Associate Professor, Chair of enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: keppd@mail.ru.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ИНОСТРАННЫХ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕГИОНАЛЬНОЙ СЕТЕВОЙ КОМПАНИИ

Рассмотрено использование технологий по энергосбережению отечественных и иностранных производителей, проанализирована специфика функционирования региональных сетевых компаний в электроэнергетике.

*Ключевые слова:* энергосбережение; электроэнергетика; сетевая компания; технология.

V.V. Borodin, Yu.A. Skorobogatova

## USE OF DOMESTIC AND FOREIGN ENERGY-SAVING TECHNOLOGIES IN A REGIONAL NETWORK COMPANY

The use of technologies for energy saving of domestic and foreign producers was considered, the specifics of the functioning of regional grid companies in the power industry were analyzed.

*Keywords:* energy saving; electric power industry; network company; technology.

Политика инновационного развития, энергосбережения и повышения энергетической эффективности, определяющая совокупность принципов и правил действий по таким направлениям деятельности, как инновационное развитие, энергосбережение и повышение энергетической эффективности, экология, определяет стратегическую цель деятельности региональной электросетевой компании, осуществляющей свою деятельность по передаче электрической энергии на территории Российской Федерации. Данное направление деятельности нацелено на выполнение задач, по обеспечению бесперебойного, качественного, доступного энергоснабжения потребителей электрической энергии, максимального эффективной и соответствующей современным мировым стандартам электросетевой инфраструктуры, базовыми принципами которой является обеспечение надежности, повышение эффективности предпринимательской деятельности и обеспечение безопасности сетей, в том числе экологической и информационной безопасности (кибербезопасности), безопасности обслуживающего электроустановки персонала электросетевого комплекса.

Инновационное развитие предусматривает достижение заданных стратегических целей и целевых показателей эффективности региональной электросетевой компании, важнейшими из которых является повышение надежности электроснабжения, производительности труда персонала, снижение уровня потерь электрической энергии, недоотпуска электрической энергии и аварийности, минимизация расхода энергетических ресурсов, используемых для осуществления электросетевой компанией производственно-хозяйственной деятельности, а также увеличение доли закупок инновационных товаров, работ и услуг, включая НИОКР [2].

Согласно утвержденной в ПАО «Россети» «Политики инновационного развития, энергосбережения и повышения энергетической эффективности» (протокол совета директоров компании № 150 от 23 апреля 2014 г.) [3], анализ текущей ситуации, значимых тенденций и перспектив их изменения, происходящих в электросетевом комплексе Российской Федерации, а также нашедших отражение в отчетах технологического аудита, проведенного независимыми зарубежными консультантами при формировании «Стратегии развития ПАО «Россети» [4], показал, что к серьезным существующим проблемам в деятельности региональных электросетевых компаниях относятся:

1. Большой объем потерь электрической энергии — 9,65 % в целом по ПАО «Россети» за 2013 г. (по отдельным филиалам межрегиональных сетевых компаний фактические потери электроэнергии составляют 25 % и выше), относительно зарубежных компаний-аналогов, в том числе распределительных сетях — 8,26 % против 7,5 % в сопоставимых зарубежных электросетевых компаниях и магистральных электрических сетях — 4,28 % против 3,5 % за рубежом.

2. Высокая доля устаревшего оборудования, в частности по магистральным сетям объем оборудования со сверхнормативным сроком службы (более 25 лет) 56 % для оборудования подстанций, 61 % для воздушных линий электропередачи, по распределительным сетям объем оборудования со сверхнормативным сроком службы — для оборудования подстанций и воздушных линий электропередачи 61 и 42 % соответственно.

3. Высокие удельные операционные затраты, которые на 40 % выше, чем у аналогичных зарубежных электросетевых компаний, осуществляющих передачу и распределение электрической энергии.

4. Высокие удельные капитальные затраты, которые в 2 раза выше, чем в странах с аналогичными климатическими условиями.

5. Недостаточно развитая ориентированность на клиентов по причине небольшого объема сервисных услуг, оказываемых потребителям.

6. Длительное восстановление электроснабжения потребителей – показатели средней продолжительности прекращений передачи электрической энергии более чем в 2 раза выше среднемирового уровня.

7. Высокие экологические законодательные требования со стороны государства.

В современных условиях региональные электросетевые компании рассматриваются инвестиционным сообществом — как инструмент вложения инвестиций, который направлен на обеспечение их возвратности, надежности, доходности и ликвидности, потребителями электрической энергии — как компания, обеспечивающая качественное оказание услуг и надежное электроснабжение, своевременное и прозрачное технологическое присоединение к электрическим сетям, а региональными органами власти — как субъект рынка, обеспечивающий потребности экономики в передающих мощностях, надежный партнер в области планирования и реализации региональных программ территориального развития, добросовестный работодатель и налогоплательщик.

Таким образом, перед региональными электросетевыми компаниями страны стоит важная задача по достижению уровня своего технологического развития, который был бы сопоставим с уровнем развития ведущих зарубежных энергокомпаний, путем модернизации и строительства электрических сетей на базе инновационного технологического обновления с оптимальными показателями получаемых доходов и выплачиваемых дивидендов.

Для решения вышеуказанных задач, у отечественных региональных электросетевых компаний должны быть соответствующие технологические приоритеты, улучшающими существующие технологии и позволяющие выполнять реконструкцию электрических сетей с улучшенными параметрами их функционирования:

- применение «необслуживаемого», энергоэффективного оборудования;
- построение интеллектуальной электрических сетей с активно-адаптивной сетью (Smart Grid);
- внедрение «цифровых» элементов электрической сети;
- развитие мультиагентных технологий управления, когда наилучший вариант решения проблемы получается автоматически в результате взаимодействия множества самостоятельных целенаправленных программных модулей – так называемых агентов;
- сокращение стоимости применяемого оборудования и технологий.

Отдельным моментом необходимо отметить важность развития в региональной электросетевой компании системы управления энергосбережением, в частности:

1. Развитие автоматизированных и интеллектуальных систем учета электрической энергии – автоматизированных информационно–измерительных систем контроля и учета электроэнергии (АИИСКУЭ), предназначенных для выполнения функций измерения, учета расходования электроэнергии как технологическими объектами электросетевой компании, так и потребителями электроэнергии в жилом и производственном секторах, контроля за состоянием систем энергоснабжения, осуществления дистанционных коммутационных операций. В настоящее время система активно используется не только в электросетевых компаниях, но и в коммунальном хозяйстве, в промышленности, сельском хозяйстве, на транспорте, в сфере обслуживания [5, с. 41].

2. Разработки, развития и сопровождения сертифицированной системы энергетического менеджмента в соответствии требованиям национального стандарта ГОСТ Р ИСО 50001:2012 «Системы энергетического менеджмента. Требования и руководство по применению» [6].

3. Своевременное проведение обязательного энергетического обследования электросетевого комплекса компании в сроки, установленные Федеральным законом № 261-ФЗ от 23 ноября 2009 г. «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [1], с последующим оформлением энергетического паспорта и организацией его экспертизы в саморегулируемой организации в области проведения энергетических обследований.

Программой энергосбережения и повышения энергетической эффективности региональной электросетевой компании должны реализовываться различные целевые направления, важнейшим из которых является снижение (оптимизация) потребления энергетических ресурсов на всех этапах осуществления производственной и хозяйственной деятельности, особенно — снижение технологического расхода (потерь) электрической энергии при ее передаче и распределении.

Опыт зарубежных компаний по внедрению инновационных решений в электросетевых компаниях, в сравнении с опытом отечественных компаний, значительно шире. Существует еще ряд инновационных разработок зарубежных компаний, которые с большой долей вероятности станут определяющим вектором технологического развития электросетевых компаний в мире в ближайшем будущем:

- система мониторинга переходных режимов (WAMS) — позволяющая измерять и анализировать параметры сети в режиме реального времени;
- система сбора данных и централизованного контроля удаленных систем генерации и передачи электроэнергии (SCADA);
- модернизированная измерительная инфраструктура (AMI) — двухсторонняя система связи интеллектуальных устройств;
- система измерения допустимой нагрузки на линии электропередач (Dynamic Line Rating) — позволяющая определять пропускную способность ЛЭП в режиме реального времени в зависимости от внешних факторов (температура воздуха, сила ветра и т.п.);
- гибкие системы передачи переменного тока (FACTS) — технологии, позволяющие управлять параметрами передачи электроэнергии с целью оптимизации режимов;
- автоматизация подстанций на базе стандарта МЭК 61850 — создание цифровой подстанции, в которой осуществляется информационный обмен в цифровой форме между первичным силовым электрооборудованием и устройствами вторичной коммутации [7];
- различное программное обеспечение для анализа и поддержки процесса принятия решений и моделирования режимов работы сети.

Внедрение региональными электросетевыми компаниями вышеуказанных технологических решений, имеет целью повышение эффективности, качества и надежности электроснабжения. Так, использование технологии Dynamic Line Rating может увеличить пропускную способность существующих сетей на 30–40 %, снизить технологические потери электрической энергии и время работы линий электропередачи в режиме перегрузки.

В будущем, если рассматривать технологическое развитие электроэнергетики, она будет характеризоваться развитием интеллектуальных технологий, созданием «умных» сетей, основанных на вышеперечисленных разработках.

Не менее важны управленческие инновации, реализуемые путем внедрения современных процессов и методов управления, что является существенным фактором развития региональной электросетевой компании. По данным UMS

Group, международной специализированной консалтинговой фирмы, специализирующейся на энергетике и коммунальном бизнесе, в таких инфраструктурных отраслях, как производство и распределение электроэнергии, оптимизация систем управления может сократить затраты компаний более чем на 40 %» [8]. Существенным фактором является то, что внедрение непосредственно управленческих инноваций значительно дешевле технологических, что определяет быструю окупаемость вложенных инвестиций.

Взяв за основу зарубежный опыт энергетических компаний, можно обозначить следующие наиболее эффективные управленческие инновации в электросетевых компаниях.

Система управления производственными активами, определяющая механизмы взаимодействия всех структурных подразделений и процессов компании. Данная система предусматривает определение оптимального уровня затрат, набора воздействий на оборудование на всем периоде его жизненного цикла и формирование долгосрочных, среднесрочных, краткосрочных программ ремонта, замены оборудования и нового строительства. Данная система является стандартом и ключевым бизнес-процессом для ведущих международных энергетических компаний.

Бенчмаркинг — системное сравнение показателей деятельности с аналогами. Позволяет определять разрывы в операционной эффективности и ключевые драйверы их повышения, а также предоставляет доступ практикам других компаний.

Внедрение принципов «бережливого производства» повышает эффективность производства без существенных финансовых вложений. Включает систематическое устранение потерь во всех процессах, развитие корпоративной культуры и повышение квалификации персонала, увеличивает энергоэффективность всей системы в целом.

Следовательно, региональным электросетевым компаниям недостаточно акцентировать внимание на закупках нового оборудования для модернизации и развития электросетевого хозяйства, крайне необходимо комплексно подходить к внедрению как новых технологий, так и управленческих решений для получения более существенного эффекта.

Очевидно, что в краткосрочной перспективе основным источником финансирования мероприятий по повышению надежности и безопасности распределительных электрических сетей, повышению эффективности транспорта и потребления электроэнергии, оптимизации издержек и снижению затрат электросетевой компании в первую очередь будут являться собственные средства электросетевой компании. В дальнейшем предполагается вхождение в целевые программы и привлечение на эти цели финансирования со стороны федеральных и региональных центров, импортозамещающих производств, а также частных инвестиций.

Необходимо отметить, что, несмотря на огромный потенциал для развития цифровых «умных» сетей, перехода к автоматизированным системам управления, есть определенные ограничения в их использовании на территории России, так как ключевое влияние на инновационное развитие оказывается со стороны

государства, поскольку инвестиции в развитие таких технологий значительные, а повышать тарифы на электроэнергию либо нет возможности, либо повышение происходит только на величину коэффициента дефлятора, следовательно отсутствует источник финансирования затрат. Не стоит пренебрегать фактором негативного влияния экономических санкций, введенных зарубежными странами в отношении Российской Федерации, так как ведущими американскими и европейскими компаниями закрывается доступ к средствам разработки и существующим технологиям, программным продуктам.

В условиях негативного влияния внешних политических факторов на происходящие в электросетевых компаниях инновационные процессы, перед отечественной наукой и производителями оборудования остро встает вопрос по активизации работ по разработке импортозамещающих технологий и готовых продуктов. Поэтому в ближайшей перспективе направление по развитию, модернизации и повышению энергетической эффективности с использованием отечественных инновационных подходов, нового оборудования и технологий, механизмов внедрения инноваций в практику, будет носить приоритетный характер.

### Список использованной литературы

1. Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 23 нояб. 2009 г. № 261-ФЗ. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

2. Официальный сайт ПАО «Россети» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.rosseti.ru/investment/policy\\_innovation\\_development](http://www.rosseti.ru/investment/policy_innovation_development).

3. Политика инновационного развития, энергосбережения и повышения энергетической эффективности ПАО «Россети» / [Электронный ресурс] // Техэксперт. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/456096905>.

4. Стратегия развития ПАО «Россети» / [Электронный ресурс] // Официальный сайт ПАО «Россети». — Режим доступа: <http://www.rosseti.ru>.

5. Латышенко К.П. Автоматизация измерений, испытаний и контроля / [Электронный ресурс] : учеб. пособие / К.П. Латышенко. — 2-е изд. — Саратов : Вуз. образование, 2019. — 307 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79612.html>.

6. ГОСТ Р ИСО 50001:2012. Системы энергетического менеджмента. Требования и руководство по применению / [Электронный ресурс] // ФГУП «Стандартинформ». — Режим доступа: <http://nd.gostinfo.ru/document/5299672.aspx>.

7. ГОСТ Р МЭК 61850-5-2011. Сети и системы связи на подстанциях. Часть 5. Требования к связи для функций и моделей устройств / [Электронный ресурс] // Техэксперт. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200093460>.

8. Ованесов А.А. Инновационные системы в электроэнергетике / [Электронный ресурс] / А.А. Ованесов // Strategy.ru, 2011–2012. — Режим доступа: <http://strategy.ru/UserFiles/File/Strategy.ru/innovative-systems-in-the-power.pdf>.

## **Информация об авторах**

*Бородин Виталий Валерьевич* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: vitabor1@yandex.ru.

*Скоробогатова Юлия Александровна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

## **Authors**

*Borodin Vitaliy Valerevich* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: vitabor1@yandex.ru.

*Skorobogatova Yuliya Aleksandrovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

## СУЩНОСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ

В данной статье рассматривается актуальная проблема организации деятельности в области сбережения ресурсов и создания производств, ориентированных на сохранение окружающей среды. Рассматривается понятие «экологическое предпринимательство», раскрывается его сущность и основные направления развития в современной России, проводится анализ организаций, осуществляющих экологические инновации на основе данных федеральной службы государственной статистики, а также рассматриваются основные проблемы, препятствующие эффективному развитию экологического предпринимательства в настоящее время.

*Ключевые слова:* экологическое предпринимательство; ресурсосбережение; вторичные материальные ресурсы; отходы производства и потребления; переработка отходов.

А.А. Parfentieva, L.F. Konstantinova

## ENVIRONMENTAL BUSINESS AND ITS MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

This article discusses the actual problem of organizing activities in the field of resource conservation and the creation of industries focused on the environment. The concept of «environmental entrepreneurship» is considered, its essence and main directions of development in modern Russia are revealed, organizations that carry out environmental innovations are analyzed based on data from the Federal State Statistics Service, and the main problems hindering the effective development of environmental entrepreneurship are being considered.

*Keywords:* environmental entrepreneurship; resource saving; secondary material resources; production and consumption waste; recycling.

С ростом количества промышленных предприятий существенно возросли объемы вредных выбросов в окружающую среду. Для снижения отрицательного влияния на экологию и истощение природных ресурсов необходимо создавать безопасные производства, а именно развивать экологическое предпринимательство, деятельность которого должна быть направлена:

- на защиту биосферы;
- поддержку сохранности природных ресурсов;
- сохранение и вторичное использование отходов;
- сбережение энергии;
- создание безопасной продукции и услуг;
- информирование общества.

Итак, экологическое предпринимательство — это все виды предпринимательской деятельности, целью которых является выпуск продукции, выполнение

работ и оказание услуг, обеспечивающих соблюдение установленных действующим законодательством природоохранных требований [5].

В табл. 1 рассмотрим основные направления, в которых развивается экологическое предпринимательство в России в настоящее время.

Таблица 1

**Основные развивающиеся сферы экологического предпринимательства**

Направления	Примеры
В сфере водопользования	1. Строительство локальных очистных сооружений. 2. Создание и внедрение автоматических систем контроля над качеством сточных вод, сбрасываемых в водные объекты. 3. Производство и бутилирование чистой питьевой воды
В сфере охраны атмосферного воздуха	1. Строительство установок по очистке отходящих газов. 2. Создание и внедрение присадок к автомобильным топливам, снижающих токсичность отработавших газов. 3. Организация шумозащитных экранов
В сфере обращения с отходами	1. Строительство мусоросортировочных, мусороперерабатывающих заводов, объектов размещения отходов производства и потребления разных классов опасности. 2. Строительство установок и создание производств для получения сырья и ГП из отходов производства. 3. Переработка вторичного сырья
В сфере научных разработок	1. Разработка методов контроля содержания вредных примесей в воздухе, воде, почве. 2. Разработка систем контроля качества окружающей среды. 3. Совершенствование методов обезвреживания ТБО
В сфере землепользования и лесопользования	1. Восстановление нарушенных земель. 2. Лесовосстановление, озеленение
В сфере экологического просвещения и образования	1. Разработка и внедрение образовательных экологических программ для обучающихся всех возрастов
В сфере экологического консалтинга	1. Расчеты нормативов допустимого воздействия на окружающую среду выбросов загрязняющих веществ и образования отходов. 2. Стандартизация и сертификация. 3. Ведение природоохранной отчетности промышленного предприятия

Несмотря на такой широкий спектр направлений экологического предпринимательства в отчетном году удельный вес организаций, осуществляющих экологические инновации, в общем числе обследованных организаций, критически низкий. Статистические данные, свидетельствующие об этом, представлены в табл. 2.

В то же время наблюдается значительный рост отходов производства и потребления за последние шесть лет (рис.) [4].

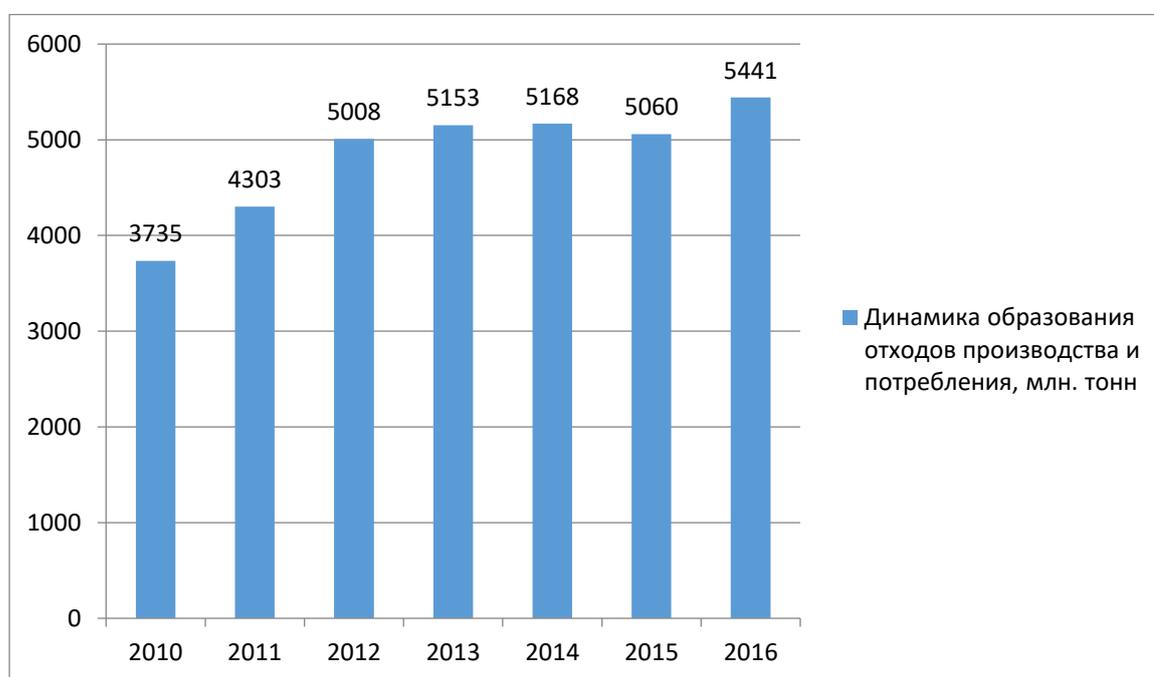
К сожалению, нельзя сказать, что экологическое предпринимательство эффективно действует на сегодняшний день. Это связано с рядом причин. Во-пер-

вых, несовершенство законодательства в сфере регулирования природопользования и охраны окружающей среды. Во-вторых, низкие цены на природные ресурсы, вследствие чего проекты по использованию вторичных ресурсов являются не привлекательными для инвесторов. В-третьих, недостаточная финансовая поддержка со стороны государственных органов в виде дотаций, налоговых льгот, ускоренной амортизации природоохранного оборудования [1; 2].

Таблица 2

**Удельный вес организаций Российской Федерации, осуществляющих экологические инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций, % [3]**

2013	2014	2015	2016
1,5	1,6	1,6	1,1



*Динамика образования отходов, производства и потребления, млн т*

Итак, в настоящее время в России экологическое предпринимательство развивается в различных сферах, однако это требует колоссальных вложений, а в условиях экономической неопределенности это создает огромные риски для потенциальных инвесторов.

Для поддержки экологического предпринимательства и повышения инвестиционной активности необходимо принять следующие конкретные меры:

- предоставить льготную ставку по кредиту;
- освободить от налога часть прибыли предприятий, направляемой на инвестиционные цели, и создать необходимые условия для применения ускоренной амортизации;
- сформировать инфраструктуру, которая обеспечит доступность для субъектов экологического предпринимательства необходимых услуг и ресурсов;

- повысить эффективность деятельности органов государственной власти и местного самоуправления по поддержке малого предпринимательства;
- освободить от муниципальных налогов предприятия, реализующие проекты по ликвидации накопленного ущерба.

Именно эффективное правовое регулирование может дать толчок интенсивному развитию экологического предпринимательства в Российской Федерации и привлечению дополнительных инвестиций.

### Список использованной литературы

1. Горкина И.Д. Сохранение биоразнообразия как необходимая составляющая промышленного освоения прибрежной зоны морей (на примере залива Петра Великого) / И.Д. Горкина, Т.П. Филичева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. — 2016. — № 4. — С. 160–165.

2. Горян К.В. Российская концепция экологического права: современное состояние и перспективы / К.В. Горян // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. — 2016. — № 4. — С. 176–184.

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : офиц. сайт. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

4. Федеральная служба по надзору в сфере природопользования [Электронный ресурс] : офиц. сайт. — Режим доступа: <http://rpn.gov.ru>.

5. Чечунова Е.В. Эффективность экологического предпринимательства в условиях реализации экологических программ (на примере г. Н. Тагил) : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Е.В. Чечунова. — Екатеринбург, 2000. — 22 с.

### Информация об авторах

*Парфентьева Анастасия Александровна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [nastyaparfenteva@mail.ru](mailto:nastyaparfenteva@mail.ru).

*Константинова Лиля Файтуловна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [keppd@mail.ru](mailto:keppd@mail.ru).

### Authors

*Parfentieva Anastasiia Aleksandrovna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [nastyaparfenteva@mail.ru](mailto:nastyaparfenteva@mail.ru).

*Konstantinova Liya Faitulovna* — PhD in Economy, Associate Professor, Chair of enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [keppd@mail.ru](mailto:keppd@mail.ru).

Г.А. Федун, Д.К. Янчевская, Л.Ф. Константинова

## **НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НАПРАВЛЕННОЙ НА СБОР, СОРТИРОВКУ И ПЕРЕРАБОТКУ ОТХОДОВ**

В данной научной статье рассматривается актуальная для нашей страны проблема организации деятельности в области сбора, сортировки и переработки отходов производства и потребления отечественных предприятий, необходимость развития предпринимательской деятельности, ориентированной на использование вторичных материальных ресурсов. Уделено внимание успешному зарубежному опыту взаимодействия государства и бизнеса в этой области. Рассмотрена российская специфика данной проблемы, приведены как положительные, так и отрицательные примеры решения данного вопроса в различных регионах. В статье предложены пути решения данной проблемы.

*Ключевые слова:* вторичные материальные ресурсы; отходы производства и потребления; предпринимательская деятельность; взаимодействие государства и бизнеса, экономическая основа.

G.A. Fedun, D.K. Yanchevskaya, L.F. Konstantinova

## **THE NEED FOR THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES AIMED AT COLLECTION, SORTING AND RECYCLING OF WASTE**

In this scientific article the problem of the organization of activity, relevant for our country, in the field of collecting, sorting and processing of industrial and consumption waste of the domestic enterprises, need of development of the business activity focused on use of secondary material resources is considered. Authors focused attention on successful foreign experience of interaction of the state and business in this area. The Russian specifics of this problem are considered, positive, and negative examples of the solution of the matter are given in different regions. In the article suggested solutions of this problem.

*Keywords:* secondary material resources; industrial and consumption waste; business activity; interaction of the state and business, economic basis.

Формирование условий для расширения сырьевой базы отечественной экономики, возрастание устойчивости материального обеспечения товаропроизводителей, ограничение потерь материальных, сырьевых и топливно-энергетических ресурсов, уменьшение уровня загрязнения окружающей среды является важнейшими принципами государственной промышленной политики. В связи с этим использование отходов производства и потребления необходимо рассматривать в качестве одного из основных способов воспроизводства материальных ресурсов. Наша страна обладает значительным количеством ресурсов вторичного сырья, которые можно отнести к категории возобновляемых сырьевых, материальных и топливно-энергетических ресурсов. По экспертным оценкам объемы накопления отходов в промышленности составляют приблизительно

80 млрд т, объемы образования отходов — 2,7 млрд т в год (при годовом объеме потребления сырьевых ресурсов промышленностью менее 1 млрд т). Средний уровень использования отходов в качестве вторичных ресурсов составляет около одной трети. В хозяйственный оборот привлекаются исключительно высоколиквидные и рентабельные отходы, преимущественно лом и отходы черных и цветных металлов, высокосортные марки макулатуры, чистые текстильные, полимерные и древесные отходы, стеклобой, часть минеральных отходов производства электроэнергетики, металлургии, химии и промышленности строительных материалов. Реже используются золы и шлаки ТЭС, фосфогипс, лигнин, отходы добычи и обогащения полезных ископаемых. Плохо привлекаются в хозяйственное использование отходы потребления. Главными причинами низкого уровня использования отходов в виде вторичных материальных ресурсов являются: недостаточность и несовершенство законодательной и нормативной правовой базы в сфере обращения с отходами производства и потребления; отсутствие достаточных экономических стимулов для сбора и переработки существенной массы отходов; несовершенство инструментов регулирования в этой области; недочеты сложившиеся в России практики сбора и устранения твердых бытовых отходов (ТБО), слабое вовлечение малого и среднего бизнеса в сферу деятельности по сбору и переработке вторичных ресурсов; недостатки инфраструктуры сбора и переработки вышедшей из употребления промышленной продукции конечного использования; ограниченное информационное обеспечение предпринимательского сообщества о возможностях, перспективах и экономической привлекательности работы в области использования вторичных ресурсов. Основопологающим законодательным актом в сфере обращения с отходами производства и потребления является Федеральный закон от 24 июня 1998 г. № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления», который устанавливает, в первую очередь, правовые основы обращения с отходами в целях недопущения пагубного воздействия на окружающую природную среду и человека. Закон не раскрывает способы экономического и правового регулирования в сфере включения этих отходов в хозяйственный оборот как новых источников сырья [3].

Для повышения использования отходов не применяется такой эффективный способ как формирование соответствующих нормативно-правовых, организационных и экономических положений для создания рыночных отношений в сфере промышленного использования, сбора и заготовки отходов в качестве вторичных ресурсов. Рациональность формирования этих положений вызвана особыми признаками и специфичностью образования отходов как товара и является доказательством исходя из опыта развитых стран мира и Европы, которые на сегодняшний день используют 50–70 % отходов производства и потребления, рассчитывая в будущем полную остановку полигонного захоронения отходов. Высокое использование отходов потребления и производства в странах ЕС достигнуто вследствие того, что в них: применяется государственное нормирование степени переработки отдельных видов отходов, разработка для этих целей национальных планов и программ развития рынка вторичных ресурсов, растут объемы субсидий на мероприятия в данной сфере; осуществляется принцип обяза-

тельства производителей за сбор и утилизацию отдельных видов продукции после ее эксплуатации; фиксированы нормативы платежей за использование упаковки; увеличиваются масштабы нормирования сбора и использования вторичного сырья на межгосударственном уровне; обрела распространение практика оказания предприятиям по сбору и переработке отходов налоговых льгот, льготных транспортных тарифов и льготных кредитов [4].

Рынок вторичных ресурсов по своему типу относится к товарным рынкам, однако и обладает рядом характерных особенностей, необходимо чтобы он развивался преимущественно по принципу саморегулирования и частного предпринимательства. Задачами развития рынка вторичных ресурсов служат поддержание и формирование устойчивого спроса потребителей вторичных материальных ресурсов и обеспечение стабильной реализации их предложения поставщиками. Роль государства в формировании и развитии рынка вторичных ресурсов состоит в защите прав и экономических интересов участников рынка, контроле за исполнением всеми участниками рынка экономического правопорядка, гарантии свободной конкуренции хозяйствующих субъектов, в создании организационных, нормативно-правовых и экономических условий для эффективного привлечения вторичных ресурсов в хозяйственный оборот [10].

Для улучшения нормативно-правовой базы в области обращения с отходами производства и потребления необходимо разработать и реализовать технические регламенты и нормативные акты «О внесении дополнений и изменений в Федеральный закон»; «О вторичных материальных ресурсах»; «Об отходах производства и потребления»; «Об упаковке и отходах упаковки»; «Об утилизации лома электронной техники»; «Об утилизации выведенных из эксплуатации автотранспортных средств» и другие, в которых обязаны отражаться следующие положения:

- принцип побуждения предпринимательской деятельности по сбору и повторному использованию тех отходов производства и потребления, реализация которых не может осуществляться рыночным образом;
- механизм залоговой стоимости, перечень продукции, на которую он будет распространен; перечень продукции, в отношении которой должен быть установлен норматив содержания вторичного сырья;
- принцип ответственности собственника и (или) производителя за ее сбор и утилизацию после эксплуатации, сроки и нормативы ввода в действие требований в этой области, перечень продукции [7].

В роли важнейшего средства стимулирования может быть представлено формирование фондов переработки отходов и специальных внебюджетных фондов, образующихся за счет пожертвований, взносов, штрафов, собственных средств юридических и физических лиц и других источников. Ввиду того, что средства обозначенных фондов будут создаваться в основном из коммерческой сферы, они должны быть предназначены для поддержки предпринимательской деятельности, направленной на сбор, сортировку и утилизацию отходов, а также для обеспечения тенденции развития региональных отходоперерабатывающих отраслей [6].

Конец 80-х и начало 90-х гг. в нашем государстве связаны не только с переходом к новому экономическому курсу, изменению быта, стиля жизни, но и со значительным ухудшением экологической обстановки. В этот период в стране начался активный рост производства и потребления дешевых полимерных материалов — главного виновника экологических проблем. Привычным авоськам пришли на смену пластиковые пакеты, появилось множество одноразовых упаковочных материалов. Бурный рост рынка полимерных материалов совпал с периодом тяжелого экономического состояния в стране, в государстве только происходил процесс зарождения правового фундамента — нормированию в сфере переработки вторичных материальных ресурсов внимания не уделялось. За последние двадцать — тридцать лет в разы увеличилось количество экологически небезопасных районов в нашей стране. Например, на территории Балашихинского МО Московской области находится крупнейший полигон ТБО в России. Созданный в 1964 г. на месте глиняного отвала до конца 80-х гг. заполнялся медленными темпами, а с началом «эры пластика» вырос до таких размеров, что в 200 м находится жилая застройка, уже много лет жители московских окраин наблюдают столбы дыма от тлеющего мусора [1].

Еще одной специфической экологической проблемой является накопление мусора в труднодоступных и отдаленных местностях с высокой степенью хозяйственной освоенности. К таким районам относится множество территорий на севере Сибири, Дальнего Востока и Арктики. В них ведется активная хозяйственная деятельность, но вот вывозить мусор — является экономически невыгодным из-за большой удаленности от транспортных магистралей. Данные экологические проблемы особо актуальны на Камчатке, Ямало-Ненецком АО, Чукотке и архипелагах Северного Ледовитого Океана. Так в период с 2010 по 2014 г. в Арктике, на побережье материка и отдаленных островах силами волонтеров, военных и общественных организаций при поддержке государства было собрано более 11 000 т ТБО и более 2 000 т горюче-смазочных материалов [2].

Проблема особо актуальна в нашем Сибирском регионе. В рейтинге из 50 самых загрязненных городов России, 27 из них находятся за Уралом [8].

Москва первой столкнулась с проблемой увеличения объемов твердых бытовых отходов, в первую очередь из-за резкого роста потребления пластика. На уровне правительства было принято решение о строительстве нескольких государственных унитарных предприятий — мусоросжигающих заводов. Таким образом к началу 2000-х гг. было построено 4 завода на окраинах Москвы. Со временем их деятельность была признана крайне неэффективной [5]. Заводы не только не справлялись с объемом поступающего мусора, но и во время сжигания мусора выделяли в атмосферу токсичные вещества. В то время как в европейских странах использовался принцип переработки, на данных заводах мусор просто сжигался. Также деятельность по сжиганию мусора оказалась экономически невыгодной [12].

На данный момент в России насчитывается порядка 240 мусороперерабатывающих заводов и 10 мусоросжигающих заводов [9]. На первый взгляд это внушительное количество, но мощность многих из них часто не превышает нескольких десятков тонн в день.

Данный опыт, общий рост неблагоприятной экологической обстановки в стране, рост потребления ТБО показал, что данную проблему невозможно решить силами государства, необходима тесная слаженная работа государства и бизнеса.

Уже реализованы несколько успешных проектов по организации переработки твердых бытовых отходов силами бизнеса.

Одним из первых успешных проектов стало строительство компанией «ЭкоЛенд» коммерчески успешного мусороперерабатывающего завода в Новокузнецке. Предприятие полностью покрывает нужды и загружено на 80 % [11].

Еще одним успешным проектом стало строительство в 2013 г. компанией «ЭкоИнвестПроект» мусороперерабатывающего завода под Курском. Завод перерабатывает 13 000 тыс. т мусора в сутки, полностью обеспечивая потребности города.

Таким образом, можно сделать вывод, что решение проблемы переработки вторичных материальных ресурсов должно решаться при активном взаимодействии государства и бизнеса, используя зарубежный опыт. Правительству необходимо создать комфортную среду для экономически-эффективной деятельности предприятий по вторичной переработке ресурсов.

### **Список использованной литературы**

1. Варсегова Н.А. Полигон ТБО в Балашихе превратят в горнолыжный спуск [Электронный ресурс] / Н.А. Варсегова. — Режим доступа: <https://www.msk.kp.ru/daily/26696.7/3720094>.

2. Горшков С.А. Очистка Арктики [Электронный ресурс] / С.А. Горшков. — Режим доступа: <http://www.rgo.ru/ru/proekty/ochistka-arktiki>.

3. Девяткин В.В. Вторичные материальные ресурсы и их использование в России [Электронный ресурс] / В.В. Девяткин. — Режим доступа: <http://recyclers.ru>.

4. Концепция развития рынка вторичных ресурсов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://recyclers.ru>.

5. Люберецкие мусоросжигательные заводы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.msknov.ru/important/jekologiya\\_i\\_radiatsiya/lyuberetskie\\_musorosgigatelnye\\_zavody-\\_tsifry\\_fakty](http://www.msknov.ru/important/jekologiya_i_radiatsiya/lyuberetskie_musorosgigatelnye_zavody-_tsifry_fakty).

6. Масленников А. Особенности рынка вторичного сырья и меры, необходимые для его развития [Электронный ресурс] / А. Масленников. — Режим доступа: <http://www.waste.ru>.

7. Панченко А.Н. Проблемы переработки вторичных материальных ресурсов в России / А.Н. Панченко // Российское предпринимательство. — 2010. — № 12 (1). — С. 76–80.

8. Самые экологически грязные города России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://topmira.com/goroda-strany/item/47>.

9. Слободян Е.А. Сколько в России мусороперерабатывающих заводов [Электронный ресурс] / Е.А. Слободян. — Режим доступа: [http://www.aif.ru/dontknows/actual/skolko\\_v\\_rossii\\_musoropererabatyvayushchih\\_zavodov](http://www.aif.ru/dontknows/actual/skolko_v_rossii_musoropererabatyvayushchih_zavodov).

10. Соловых И.А. Особенности рынка вторичных ресурсов в новых условиях экономического развития [Электронный ресурс] / И. А. Соловых. — Режим доступа: <http://econf.rae.ru/article/6476>.

11. Черных К.А. Мусороперерабатывающий завод [Электронный ресурс] / К.А. Черных. — Режим доступа: <https://ksonline.ru/stats/-/id/1811>.

12. Экономическая составляющая мусоросжигательных заводов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.msknov.ru/important/jekologiya\\_i\\_radiatsiya/lyuberetskie\\_musorosgigatelnye\\_zavody-\\_tsifry\\_fakty](http://www.msknov.ru/important/jekologiya_i_radiatsiya/lyuberetskie_musorosgigatelnye_zavody-_tsifry_fakty).

### **Информация об авторах**

*Федун Григорий Александрович* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [fedun\\_grisha@mail.ru](mailto:fedun_grisha@mail.ru).

*Янчевская Дарья Казимировна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [yanchvsk@yandex.ru](mailto:yanchvsk@yandex.ru).

*Константинова Лиля Файтуловна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [keppd@mail.ru](mailto:keppd@mail.ru).

### **Authors**

*Fedun Grigory Aleksandrovich* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [fedun\\_grisha@mail.ru](mailto:fedun_grisha@mail.ru).

*Yanchevskaya Daria Kazimirovna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [yanchvsk@yandex.ru](mailto:yanchvsk@yandex.ru).

*Konstantinova Liya Faitulovna* — PhD in Economy, Associate Professor, Chair of enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [keppd@mail.ru](mailto:keppd@mail.ru).

**М.В. Винокурова, Ю.А. Мишечкина**

## **КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

В статье рассматривается качество продукции как основной фактор, определяющий предприятие как конкурентоспособное. Выделяются методы оценки и способы улучшения качества продукции.

*Ключевые слова:* качество продукции; конкурентоспособность; управление качеством продукции.

**M.V. Vinokurova, Yu.A. Mishhechkina**

## **PRODUCT QUALITY, AS A DETERMINING COMPETITIVENESS FACTOR**

The article discusses product quality as the main factor determining an enterprise as competitive. Highlighted methods of assessment and ways to improve product quality.

*Keywords:* product quality; competitiveness; product quality management.

Выживаемость предприятий в современном мире напрямую связана с качеством выпускаемой продукции: чем выше качество, тем выше конкурентоспособность предприятия. Данное свойство определяет предприятие как конкурентоспособное. Конкурентоспособность связана с действием множества факторов, основными из которых являются уровень цены и качество продукции. Идеальным вариантом является пропорциональное сочетание «цена-качество». То есть товар или услуга по мнению потребителя имеет идеальную цену и полностью устраивает покупателя. Но в последнее время тенденции на рынке меняются. И в большинстве случаев потребители готовы переплатить некоторую сумму за товар, чтобы получить более качественную продукцию или услугу. Именно поэтому качество продукции постепенно занимает первостепенную позицию.

На территории современного производства ни одно предприятие не изготавливает все необходимые для своей деятельности материалы: так или иначе приходится сотрудничать с другими компаниями. Например, заводы, занимающиеся машиностроением, не могут изготовить каждую запчасть в пределах своего предприятия, поэтому вынуждены обращаться к другим компаниям. Именно поэтому проблема низкого качества — это проблема не одного предприятия и даже не отрасли, а в целом производственного сектора рынка. Следует сделать вывод, что проблема низкого качества продукции является общегосударственной проблемой. Ведь кому хорошо, если ломается техника? Или в продуктовых магазинах продается просроченный товар?

Для того, чтобы продукция изготавливалась качественно и продавалась «в первых рядах» необходимы конкуренты. Ведь равняясь на предприятие с аналогичной деятельностью, соревнуясь с ним, стремление повысить качество будет возрастать.

Конкурентоспособность товара — это совокупность характеристик продукта и сопутствующих его продаже и потреблению услуг, отличающих его от

продуктов-аналогов по степени удовлетворения потребностей потребителя, по уровню затрат на его приобретение и эксплуатацию. Это способность товара соответствовать ожиданиям потребителей, быть проданным [1].

Качество товара — ключевой момент для высокой конкурентоспособности предприятия. При определении качества товара отмечают важнейшие свойства для потребителей. Для каждого товара или услуги это свойство является индивидуальным.

Качество содержит в себе большое количество компонентов. В первую очередь это технико-экономические и эксплуатационные показатели. Немаловажную роль играет и качество технологии изготовления продукции. Основными являются показатели надежности, материалоемкости, трудоемкости и наукоемкости. Надежность является важным параметром, так как показывает, насколько долго и без перебоев может служить приобретенный товар. Материалоемкость и трудоемкость играют важную роль, соответственно первый показатель демонстрирует количество потраченного материала на 1 р. изготовленной продукции, а второй является единицей количества труда, потраченной на изготовление единицы продукции. Наукоемкость является не менее важным показателем и несет в себе смысл потраченных средств на научные исследования для разработки технологии изготовления продукции. Данные показатели напрямую важны для предприятия, которое занимается изготовлением продукции или предоставлением услуг. Косвенное значение данные показатели имеют для потребителя.

В теории и практике нынешнего управления существует множество различных аспектов, с помощью которых объясняется значение термина «качество» как феномена для обеспечения успешного функционирования компаний. Однако, практически каждый аспект содержит в себе информацию о том, что на современном этапе развития экономики именно качество является важнейшим условием рыночной конкурентоспособности предприятия.

Большое количество определений термина «качество» было обобщено в стандарте ИСО 9000-2001, согласно которому «качество — степень соответствия присущих характеристик объекта требованиям». Характеристики являются отличительными свойствами, а требования включают в себя потребности и ожидания потребителей. Объектом является товар, услуга, система, организация, отдельное лицо или любая комбинация перечисленного выше.

На практике термин «объект» заменяется на термин «продукция», которая является результатом процесса или процессов. Продукция может быть материальной и нематериальной. Материальная продукция — это изделия, нематериальная — услуги.

Итак, качество продукции — это набор свойств, которые делают продукцию пригодной для удовлетворения определенных потребностей в соответствии с назначением.

При сравнительной оценке качества продукции применяются базовые показатели — эталоны. Их принято считать наилучшими образцами на отечественном или зарубежном рынках. Эти образцы проходят проверку временем, основываясь на выбор потребителя. Также эталонами может являться продукция конкурентов, которая наилучшим способом зарекомендовала себя на рынке.

Относительным показателем качества является отношение показателей качества товара к соответствующим базовым показателям. Поэтому наиболее верным считается оценивать уровень качества, а не конкретно качество товара.

Методы оценки качества продукции бывают трех видов [3]:

1. Дифференциальный.
2. Смешанный.
3. Комплексный.

Дифференциальный предполагает способ, базирующийся на сравнении единичных показателей качества:

$$K_i = \frac{P_i}{P_{i\text{баз}}} ; \quad (1)$$

$$K_i = \frac{P_{i\text{баз}}}{P_i} , \quad (2)$$

где  $P_i$  — числовое значение  $i$ -го показателя качества оцениваемой продукции;  $P_{i\text{баз}}$  — числовое значение  $i$ -го показателя качества базового образца.

Формула (1) характерна для увеличения качества продукции, формула (2) используется в обратном случае.

Комплексным является метод, базирующийся на сравнении комплексных показателей качества оцениваемого и базового образцов продукции.

Смешанный метод оценки уровня качества продукции базируется на совместном применении единичных и комплексных показателей качества.

Для решения проблемы низкого качества продукции недостаточно одной оценки. На предприятии представляется возможным разработать целый комплекс программ для достижения цели повышения качества продукции, вследствие чего повысится уровень конкурентоспособности на рынке.

Комплексным подходом является система управления качеством продукции. Управление качеством продукции представляет собой последовательность действий, совершаемых при ее создании, эксплуатации, потреблении для того, чтобы обеспечить необходимый уровень качества продукции.

Система управления качеством продукции — совокупность управляющих органов и объектов управления, взаимодействующих с помощью материально-технических и информационных средств на уровне предприятия [4].

Система качества «работает синхронно» со всеми остальными видами деятельности предприятия. Воздействие системы качества охватывает все этапы жизненного цикла изделия: от первоначального определения до удовлетворения требований потребителя.

Механизм управления качеством продукции включает в себя множество различных факторов, которые образуют собой три группы подсистем, а именно: общие, специальные и обеспечивающие подсистемы. Первая группа включает в себя пять механизмов управления качеством продукции, основным из которых является контроль качества продукции. Ко второй группе также относится ряд механизмов. В данном ряду основными являются стандартизация и сертификация

продукции. И третья группа является наиболее важной, так как включает в себя и кадровое, и финансовое, и материально-техническое и другие обеспечения.

Механизм управления качеством продукции представлен на рисунке.



*Механизм управления качеством продукции*

Повышение качества продукции практически всегда является эффективной экономической мерой. Даже те предприятия, которые продают продукцию не высокого качества в дальнейшем могут быть заинтересованы повышением качества продукции. Повышение качества продукции несет возможность приобретения новых рынков сбыта, расширение производства, за чем следует увеличение прибыли. В современном мире существует возможность модернизации производства и повышение качества продукции по любым показателям. При этом на рынке функционируют и те предприятия, которые считают задачу повышения качества продукции второстепенной, рассматривают это как невыгодное вложение средств. Однако современные рыночные условия диктуют свои правила: такие предприятия в дальнейшем будут вынуждены модернизировать свое производство, чтобы продукция продавалась дальше.

Качество продукции — это важнейший показатель деятельности предприятия. Оно определяет конкурентоспособность предприятия, как на национальном рынке, так и на международном.

### **Список использованной литературы**

1. Качество как фактор повышения конкурентоспособности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://arbir.ru/articles/a\\_4030.htm](http://arbir.ru/articles/a_4030.htm).

2. Рожкова М.В. Качество как фактор успеха предприятия в условиях рыночной экономики / М.В. Рожкова. — Екатеринбург : УИФР, 2015. — 29 с.

3. Механизм управления качеством [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://psyera.ru/3685/mehanizm-upravleniya-kachestvom>.

4. Системы управления качеством [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://samzan.ru/44919>.

### **Информация об авторах**

*Винокурова Мария Викторовна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [vmv@univer@mail.ru](mailto:vmv@univer@mail.ru).

*Мишечкина Юлия Александровна* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [juli.mis@yandex.ru](mailto:juli.mis@yandex.ru).

### **Authors**

*Vinokurova Maria Viktorovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [vmv@univer@mail.ru](mailto:vmv@univer@mail.ru).

*Mishechkina Yulia Alexandrovna* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [juli.mis@yandex.ru](mailto:juli.mis@yandex.ru).

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЭКОЛОГИИ**

Статья рассматривает проблемы молодежной предпринимательской деятельности в сфере экологии. Предложено определение понятия экологического предпринимательства, исследованы исторические и экономические предпосылки и причины возникновения этого явления, его виды, объемы данного рынка. Выявлены проблемы, с которыми сталкивается молодежь при развитии этого вида бизнеса. Показано, что экологическое предпринимательство является инструментом, не только обеспечивающим рост занятости и вовлечение молодежи в предпринимательскую среду, но и позволяющим достигнуть качественно нового уровня развития общества; представлены мероприятия, реализация которых способствует этому.

*Ключевые слова:* молодежное предпринимательство; экологическое предпринимательство; социальное предпринимательство; эколого-экономическое взаимодействие; экологическая культура; гринвошинг.

**J.L. Mankova, E.A. Okomina**

## **PROBLEMS AND PROSPECTS OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN THE FIELD OF ECOLOGY**

The article considers youth entrepreneurship in the field of ecology. The definition of the concept of ecological entrepreneurship is offered, historical and economic preconditions and reasons of this phenomenon, its types, the volume of the market are investigated. The problems faced by young people in the development of this type of business are identified. It is shown that environmental entrepreneurship is a tool that not only provides the growth of employment and the involvement of young people in the entrepreneurial environment, but also allows to achieve a qualitatively new level of development of society; presented activities, the implementation of which contributes to this.

*Keywords:* youth entrepreneurship; ecological entrepreneurship; social entrepreneurship; ecological and economic interaction; ecological culture; greenwashing.

Переворот в экономическом развитии и экологическом благополучии наступил в первой половине XX в., когда промышленная революция обострила экологическую обстановку. Антропогенное воздействие на природу начало стремительно увеличиваться по мере расширения сфер деятельности человека и совершенствования средств труда, на фоне чего в условиях рыночных отношений появляются новые экологические проблемы и усугубляются прежние.

Можно сказать, что данные проблемы в какой-то мере являются следствием отставания экономической мысли — классики экономической науки полагали, что ресурсы окружающей среды доступны всем и неисчерпаемы. В начале становления экономической теории основное внимание уделялось таким факторам экономического роста как труд и капитал [7, с. 184]. Вне поля зрения

оставались вопросы, связанные с загрязнением окружающей среды и нарушением экологических связей в природе вследствие нерационального использования природных ресурсов, безграничного потребления человечества и стремления получения максимальной прибыли, а также отсутствия у стран в состоянии бедности средств для ликвидации антропогенного воздействия на природу ввиду преобладания экстенсивного типа экономического развития [2, с. 96].

В силу изложенных причин у предпринимателей пользуется популярностью мысль о том, насколько выгодно в экономическом плане развивать новый вид предпринимательства — экологическое. В настоящее время активно ведется поиск решения проблем эколого-экономической теории, формируется сущность экономико-экологического менеджмента, обосновывается место и роль «зеленой» экономики для общества и государства, экологических вызовов в мире и в конкретной стране.

Хотя в экологической культуре современного российского общества преобладают утилитарные индивидуалистические установки, потребительская культура вытесняется культурой общего обустройства среды обитания. Данная тенденция в большей степени определена формированием новой парадигмы экологической культуры молодежи, что свидетельствует о высоких социокультурных резервах именно этой социальной группы. Среди молодых людей сейчас популярны концепции осознанного потребления, бережливого производства, раздельного сбора отходов и вторичного использования. Именно поэтому молодые предприниматели задумываются над тем, насколько целесообразно с позиции рентабельности развивать этот новый вид предпринимательства.

Результаты проводимых Всемирным банком исследований показывают, что инвестиции в национальную экономику не дают требуемого экономического эффекта, если в стране малый и средний бизнес составляет менее 40 % ВВП. В Российской Федерации эта доля составляет около 20–25 %, тогда как в Европе и в США — 50 %, в Китае — свыше 60 %. Следовательно, сегодня в России стоят задачи по расширению предпринимательства: мировая практика показывает, что именно малый и средний бизнес играет ключевую роль в обеспечении занятости населения и экономического роста. Одной из активных и мобильных социальных групп, имеющих объективные и субъективные предпосылки для интеграции в предпринимательскую среду, является молодежь [3, с. 43].

Рассматривать феномен молодежного предпринимательства стоит с учетом особенностей, связанных с возрастом предпринимателей: чтобы относиться к данному сектору хозяйствования, возраст молодых людей не должен пересекать границу в 35 лет — именно у этой группы молодых людей наиболее выражена склонность к социальной адаптации, инновационности, свободной самореализации. При этом специфика данной категории граждан определяет проблемы, тормозящие открытие и развитие своего дела, которые представлены тремя группами: отсутствие профессиональных знаний и опыта; личностные или мотивационные; законодательные [7, с. 186].

Под экологическим предпринимательством понимают производственную, научно-исследовательскую, кредитно-финансовую деятельность по производству товаров, выполнению работ и оказанию услуг, имеющую целевым назначением обеспечение сохранения и восстановления окружающей среды и охраны

природных ресурсов. С теоретико-методологической точки зрения экологическое предпринимательство — составная часть предпринимательства в целом и, следовательно, оно должно следовать общим принципам экономики [1, с. 47].

Деятельность первых предприятий, появившихся сперва в США, позже в Японии, Канаде, а затем в Европе, в данной сфере была направлена на утилизацию промышленных отходов; со временем была создана крупная индустрия сбора и переработки отходов. К сложившемуся рынку экологического предпринимательства относят не только переработку, утилизацию и транспортировку отходов производства и потребления, но также:

- мусоросжигание;
- производство контрольно-измерительного оборудования, очистной техники и оборудования для получения энергии из нетрадиционных источников;
- благоустройство окружающей среды;
- биотехнологии в пищевой промышленности;
- производство товаров из вторсырья и др.

Экологическое предпринимательство является престижным и прибыльным бизнесом при условии поддержки со стороны государства: по статистическим данным объем продукции, производимой на данном рынке, оценивается от 600 млрд до 2 трлн дол. с темпом роста 5,5–7,0 % в год. Доля экологического бизнеса в ВВП составляет 10–24 % в странах Евросоюза, США и Японии. В странах Восточной Европы, в том числе СНГ, производство природоохранной продукции и услуг оценивается в 20 млрд дол. ежегодно. Кроме того, недавно созданная сфера предпринимательства обеспечивает условия для увеличения рабочих мест и самозанятости населения.

В России началом развития экологического предпринимательства послужило принятие закона РСФСР «Об охране окружающей природной среды» №2060-1 от 19.12.1991 г. — уже в начале 1991 г. в стране было свыше 17 тыс. субъектов экологического предпринимательства; в настоящее время только в малом бизнесе более 70 тыс. предпринимателей работают на этом рынке [5, с. 52].

Экологическое предпринимательство можно отнести к социальному предпринимательству, так как его целями являются популяризация идей ненарушения экологического законодательства предприятиями и физическими лицами и нанесения вреда окружающей среде. Социальное предпринимательство — деятельность, направленная на решение или смягчение социальных проблем на условиях самокупаемости и устойчивости; бизнес-решение социальной проблемы. Таким образом, экологическое предпринимательство — это баланс социальной цели и коммерческой составляющей, где прибыль — средство достижения этой цели, позволяющее предпринимателю оставаться независимым от постоянного стороннего финансирования [4, с. 138].

Однако в этой сфере предприятия не могут достичь рентабельности, достаточной для привлечения инвесторов, в силу ряда причин: работа с низкокачественным сырьем, плохие транспортные связи и т.п. Стимулирование и под-

держка со стороны государства позволят предприятиям экологического предпринимательства, деятельность которых направлена на улучшение окружающей среды, обеспечить конкурентные преимущества.

Несмотря на достаточно широкое разнообразие видов экологического предпринимательства, пока не приходится говорить о его эффективности в силу ряда причин: несовершенства законодательства, регулирующего природопользование и охрану окружающей среды, которое должно способствовать становлению рынка экологического предпринимательства; низкая цена на природные ресурсы, что делает проекты по использованию вторсырья для производства продукции и энергии непривлекательными для инвесторов; недостаточная финансовая поддержка со стороны государства (дотации, налоговые льготы, ускоренная амортизация природоохранного оборудования) и др. [5, с. 54].

Государство имеет довольно ограниченные возможности по решению экологических проблем, и инициатива должна исходить от предпринимательского сектора. Отсутствие частных инвестиций в данном сегменте предпринимательства также связано с низкими результатами реализации природоохранных проектов и недостаточным экономическим стимулированием такого бизнеса со стороны государства. Особенно это касается предприятий по производству экологически ориентированной продукции из вторсырья и отходов [1, с. 48].

Еще одна актуальная проблема, существующая в сфере экологического предпринимательства, — так называемый гринвошинг (от англ. green washing — зеленое отмывание) — создается уже самими предпринимателями данной области. Гринвошинг предполагает определенные маркетинговые коммуникации, в основе которых лежит демонстрация экологичности продукции и самого производства, но при этом предприятие при этом не внедряет никаких реальных экологических инноваций в производство. Это явление имеет отрицательный эффект, подрывая авторитет экологической продукции, и вводя потребителей в заблуждение, оперируя такими приемами как сокрытие недостатков товара, маркировка товаров ненастоящими знаками, использование неопределенных высказываний при позиционировании продукта и др. [6, с. 178].

В заключение отметим, что молодежное предпринимательство в сфере экологии является инструментом, обеспечивающим рост занятости, вовлечение молодых людей в хозяйственную деятельность, их социализацию и самореализацию, а также позволяет достигнуть качественно нового уровня развития общества, возможного только с помощью реализации определенных мероприятий:

- внедрение и популяризация экологической грамотности среди всех слоев населения и предпринимателей;
- создание осознанного спроса на товары, производимые в сфере экологического предпринимательства, со стороны общества;
- разработка теоретическо-методологической базы, перенимание опыта других более прогрессивных в этой области государств;
- разработка нормативно-законодательной базы, которая носила бы стимулирующий, а не только регулирующий и контролирующий характер.

В соответствии с этими целями необходимо адаптировать существующие модели деятельности предприятий с учетом их уровня воздействия на окружающую

среду. Развитие данного института позволит использовать креативный потенциал молодых предпринимателей в интересах инновационного развития страны.

### Список использованной литературы

1. Бубнова А.С. Экологическое предпринимательство как современное направление бизнеса / А.С. Бубнова // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Право. — 2015. — № 1-2(17). — С. 46–49.

2. Махмадалиев Б.Н. Концептуальные основы развития эколого-экономических отношений / Б.Н. Махмадалиев // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия гуманитарных наук. — 2014. — С. 96–102.

3. Меркулов П.А. Молодежное предпринимательство как фактор устойчивого социально-экономического роста / П.А. Меркулов // Среднерусский вестник общественных наук. — 2017. — № 12. — С. 42–52.

4. Михайлова Е.В. Эволюция экологического предпринимательства в контексте социально-ориентированной экономики государства / Е.В. Михайлова // Сервис в России и за рубежом. — 2017. — № 7 (77). — С. 135–144.

5. Филичева Т.П. Проблемы развития экологического предпринимательства / Т.П. Филичева // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. — 2018. — № 1. — С. 51–56.

6. Царев В.Е. Проблема экологического предпринимательства — «гринвошинг» / В.Е. Царев, Д.А. Вершина, И.В. Новиков, В.А. Уткина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2017. — № 10. — С. 178–180.

7. Шумик Е.Г. Молодежное предпринимательство: проблемы и пути решения / Е.Г. Шумик, Е.В. Белик, М.П. Блинов // Вестник Томского государственного университета. Экономика. — 2017. — № 40. — С. 184–193.

### Информация об авторах

*Манькова Юлия Леонидовна* — студент, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: s228572@std.novsu.ru.

*Окомина Екатерина Анатольевна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: Ekaterina.Okomina@novsu.ru.

### Authors

*Mankova Julia Leonidovna* — Student, Chair of Accounting, analysis and audit, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod; e-mail: s228572@std.novsu.ru.

*Okomina Ekaterina Anatolyevna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Accounting, analysis and audit, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod; e-mail: Ekaterina.Okomina@novsu.ru.

## УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЭКОЛОГИИ

Выявляется причина, по которой предпринимательство в сфере экологии на данный момент является перспективной сферой деятельности. Представлены определения предпринимательской деятельности и предпринимательства в сфере экологии. Определены направления для развития данного вида предпринимательства и его отличительные черты, а также возможные источники финансирования, способы поддержки предпринимателей. Рассмотрены условия для перспективного развития предпринимательства и опыт зарубежных стран в данной сфере на примере Японии с последовательными этапами развития. Приведены мероприятия для развития экологического предпринимательства в Российской Федерации.

*Ключевые слова:* экологическое предпринимательство; окружающая среда; экологическая ситуация; экологическая безопасность; стимулы развития экологического предпринимательства; государственная поддержка.

A.V. Mikhailova, E.A. Okomina

## MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE SPHERE OF ECOLOGY

It was detected the reason, why entrepreneurship in the ecology sphere now is prospective sphere of activity. There are presented definitions of entrepreneurial activity and entrepreneurship in the ecology sphere. It was determined the directions for development this type of entrepreneurship and its distinctive features, also possible sources of financing, ways to support entrepreneurs. There was reviewed the conditions of prospective development and foreign countries` experience in this sphere on the Japan`s example with gradual stages of development. There are given the activities for development of entrepreneurship in the ecology sphere in Russian Federation.

*Keywords:* entrepreneurship in the ecology sphere; environment; environmental situation; environmental safety; incentives for the development of environmental entrepreneurship; government support.

В настоящее время все большее внимание уделяется проблемам цивилизованного предпринимательства, т.е. предпринимательства, отвечающего морали, получающего общественное признание, не нацеленное принести вред человеку и окружающей его среде. Предпринимательская деятельность развивается в различных регионах России по-разному в связи с тем, что отсутствует положительная среда для ведения бизнеса, либо отсутствует государственный заказ, что, безусловно, несет за собой присутствие определенного риска для реализации предпринимательской деятельности.

Предпринимательская деятельность должна развиваться сбалансированно, эффективно распределяя имеющиеся природные ресурсы, так как, с одной стороны, человек занимается потреблением ресурсов, но, с другой стороны, должен сохранять среду обитания, окружающую среду для комфортного существования.

В рыночной экономике выделилось новое направление для ведения предпринимательской деятельности — предпринимательство в сфере экологии. Зачастую в условиях рыночной конкуренции выигрышным вариантом для ведения бизнеса является ориентированное на экологическую безопасность предпринимательство. Факторами для выделения такой сферы бизнеса являются: изменение отношения к природе в обществе в сторону беспокойства о будущем, природе, что ведет к появлению спроса на экологически чистую продукцию, изменение законодательно закреплённых экологических норм, соответствие которым необходимо как на уровне государства, так и на международном уровне, беспокойство о имидже компаний, а также государственных учреждений, банков.

Экологическая направленность в предпринимательской деятельности воспринимается уже не как возникновение дополнительных затрат на соответствие экологическим стандартам, а как преимущество над конкурентами, предлагая продукты и услуги потребителю, удовлетворяющие спросу человека на помощь к сохранению окружающей среды. Также предпринимательство в сфере экологии поможет снизить затраты и издержки на переработку отходов, применяя экологически чистые методы по их использованию.

Российские регионы обладают большим количеством ресурсов, но в настоящее время достаточно сложно конкурировать на мировом рынке из-за различных подходов к решению проблем регионов по поводу экологической безопасности, поэтому подходить к предпринимательству в экологии нужно крайне ответственно.

Направлением для развития предпринимательства в сфере экологии могут являться сокращение выбросов в окружающую среду, атмосферу, очистка территорий от различных отходов, переработка и сортировка мусора. Однако сложностью данного направления является отсутствие в законодательстве налоговых преимуществ для компаний, занимающихся экологической направленностью, а также законодательных ограничений, привлечение инвестиций, возникающих рисков.

Отличительной чертой данного направления предпринимательства является разнонаправленность циклов экономики и циклов состояния экологии. В результате различных исследований была выявлена тенденция, что в период подъёма в экономике активно используются экологические факторы [1].

Определим, что подразумевается под словом предпринимательская деятельность. Предпринимательская деятельность — это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке в соответствии с Гражданским кодексом РФ.

Экологическое предпринимательство — это целенаправленная, инициативная, общественно полезная деятельность человека, нацеленная на создание экологических товаров, оказания услуг с целью получения дохода или прибыли [2].

Для того чтобы экологическое предпринимательство активно развивалось, необходимо создать соответствующие условия. Прежде всего следует финансово стимулировать экологическое предпринимательство посредством снижения

налоговых сборов с такого рода фирм и предприятий либо полным освобождением от налога на прибыль от деятельности предпринимателей в сфере экологии, если такая деятельность реально приносит положительный эффект для окружающей среды.

Для дополнительного финансирования необходимо создать фонды, средства из которых будут идти на льготное кредитование для поддержки предпринимателей. Денежные средства будут поступать в фонды с штрафов на неэкологическую деятельность, наносящую вред природе.

Кроме финансовой поддержки развитию экологического предпринимательства требуется создать центры, в которых будет вестись исследовательская работа ученых-экологов. В данных центрах будет вестись оценка экологической ситуации, наблюдение за деятельностью потенциально опасных для окружающей среды предприятий, а также разработка направлений для улучшения экологической ситуации.

Вплоть до 70-х гг. XX в. капиталистические страны терпели экономический и топливно-энергетический кризис, в результате которых состояние окружающей среды значительно ухудшилось из-за потребительского отношения к природе в этот период. В связи с цикличностью экономики и переходу к экономическому росту требовалось большее количество ресурсов для экономического развития, что значительно подорвало экологическую обстановку, истощая природные ресурсы.

Именно в 70-е гг. за рубежом появилось новое движение сторонников защиты природы, что изменило общественное мнение по поводу экологии. Человечество начало бороться с загрязнением окружающей среды путем высказывания недовольства тем, что наносит вред окружающей среде. В результате в Японии возникла государственная программа, нацеленная на исполнение мер по улучшению экологической ситуации, которая имела правовую обоснованность.

В начале 70-х гг. в Японии, а также в других капиталистических странах возникла правовая концепция, контролирующая охрану окружающей среды и экологическое предпринимательство. Были созданы природоохранные органы и управленческие структуры, основной деятельностью которых стало создание программ для контроля использования окружающей среды, предупреждение возможных последствий, подготовка специалистов в данной сфере, информационная поддержка и международное сотрудничество.

Для решения поставленных проблем требовалось развитие нормативно-правовой базы и финансовой поддержки. Расходы по финансированию легли на тех, кто загрязнял окружающую среду, а экологическое предпринимательство законодательно закрепились и должно было стать одним из самых прибыльных сфер в экономике. Однако предприятия, загрязняющие окружающую среду, стали нести огромные расходы на выплату штрафов, и были на грани банкротства. Поэтому следующим этапом в развитии экологического предпринимательства стало введение таких программ в каждом населенном пункте, даже самом маленьком. Экологическое предпринимательство в таких регионах должно благоприятно развиваться, а территория должна получить положительный эффект от такой деятельности.

Лидирующей страной в сфере экологического предпринимательства является Япония. В ней активно используется плазменный конвектор, который перерабатывает и сжигает токсичные отходы. Положительный результат Японии стимулирует к стремлению создать такие же условия для развития экологического предпринимательства в других странах, а также в России [3].

Для того чтобы экологическое предпринимательство активно развивалось в России необходимо провести ряд мероприятий, требующих времени и финансовых затрат. К числу таких мероприятий можно отнести культурное воспитание в детских садах, школах для внушения молодому поколению о важности экологической обстановки. Далее, в ряд мероприятий можно отнести финансовую поддержку малому предпринимательству в сфере экологии, создание экологических проектов, представленных крупным компаниям для дальнейшего использования этих проектов в деятельности данных компаний.

Еще одним стимулом для развития предпринимательства в сфере экологии является представление потребителю и предпринимателю результатов, достигнутых ранее в данной сфере для достижения осознания важности поддержания экологии.

Таким образом, предпринимательство в сфере экологии начало развиваться в капиталистических странах и пользуется популярностью в настоящее время. Данный вид предпринимательства необходимо развивать во всем мире, в том числе и в Российской Федерации. В статье были рассмотрены способы поддержки экологического предпринимательства, а также приведены стимулы для его развития. Предпринимательство в сфере экологии должно принести пользу не только со стороны получения экономической выгоды, но и пользу для людей, населяющих планету сейчас и будущих поколений.

### **Список использованной литературы**

1. Гражданский кодекс РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ipip.ru/gk/23>.
2. Захарова Е.С. Сущность, основные принципы и пути развития экологического предпринимательства [Электронный ресурс] / Е.С. Захарова // Экологическое предпринимательство за рубежом. — 2014. — Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/327402/ekologicheskoe-predprinimatelstvo>.
3. Мазурова О.Г. Управление развитием предпринимательских структур в сфере экологии [Электронный ресурс] / О.Г. Мазурова // Теоретические основы развития экологического предпринимательства. — 2013. — Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/upravlenie-razvitiem-predprinimatelskikh-struktur-v-sfere-ekologii>.

### **Информация об авторах**

*Михайлова Анна Валерьевна* — студент, отделение экономики, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: [michailova\\_anna\\_v@mail.ru](mailto:michailova_anna_v@mail.ru).

*Окомина Екатерина Анатольевна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: Ekaterina.Okomina@novsu.ru.

### **Authors**

*Mikhailova Anna Velerevna* — Student, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod; e-mail: michailova\_anna\_v@mail.ru.

*Okomina Ekaterina Anatolyevna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Accounting, analysis and audit, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod; e-mail: Ekaterina.Okomina@novsu.ru.

# ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

УДК 338.434

М.В. Винокурова, Г.М. Винокуров

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АПК

Развитие агропромышленного комплекса страны очень актуально, т.к. его предприятиями и организациями производятся продукты питания, необходимые для жизнеобеспечения населения страны. При этом развитие и эффективное функционирование предпринимательских организаций в силу ряда причин невозможно без государственной поддержки. На уровне региона эффективная государственная поддержка заключается в финансовой помощи организациям в виде субсидий. Субсидирование осуществляется из регионального и федерального бюджетов страны. Предусмотрены разные виды субсидий: для создания условий в целях эффективного развития предпринимательских организаций АПК, для поддержки отрасли растениеводства, для поддержки отрасли животноводства и иные виды субсидий.

*Ключевые слова:* агропромышленный комплекс; предпринимательские организации; государственная поддержка; субсидии; гранты.

M.V. Vinokurova, G.M. Vinokourov

## STATE SUPPORT DEVELOPMENT ENTREPRENEURSHIP IN THE APC

The development of the country's agro-industrial complex is very important, since its enterprises and organizations produce food necessary for the sustenance of the population of the country. At the same time, the development and effective functioning of business organizations for several reasons is impossible without state support. At the regional level, effective government support is financial assistance to organizations in the form of subsidies. Subsidies are provided from the regional and federal budgets of the country. There are different types of subsidies: to create conditions for the effective development of entrepreneurial organizations of the agro-industrial complex, to support the crop industry, to support the livestock industry and other types of subsidies.

*Keywords:* agriculture; business organizations; government support; subsidies; grants.

Агропромышленный комплекс как важнейшая составная часть экономики России жизненно важен для населения страны, т.к. обеспечивает его качественными пищевыми продуктами. Производство продуктов питания необходимо для обеспечения продовольствием жителей страны. Пищевая и перерабатывающая промышленности, их развитие зависят от ситуации, на региональных потребительских рынках страны, а также от возможности обеспечения производства сырьевыми ресурсами, в том числе собственного производства.

Однако деятельность предприятий агропромышленного комплекса подвержена многим рискам, в том числе не зависящим от них самих. К таким рискам

относят природные риски; риски того, что окупаемость вложений окажется низкой и длительной; риск недополучения прибыли; быстрого износа основных фондов в результате негативного воздействия природно-климатических факторов и другие. Новые тенденции в развитии агропромышленного комплекса в целом, и в таких его отраслях как сельское хозяйство, пищевая и перерабатывающая промышленности в частности [2; 3], а также новые вызовы в экономике страны говорят о том, что необходима государственная поддержка малых форм хозяйствования агропромышленного комплекса страны.

Малое предпринимательство в агропромышленном комплексе Иркутской области представлено крестьянскими (фермерскими) хозяйствами (юридическими и физическими лицами), предпринимателями, не являющимися главами крестьянских (фермерских) хозяйств, обществами с ограниченной ответственностью, малыми производственными кооперативами, сельскохозяйственными потребительскими кооперативами.

Предпринимательские организации пищевой и перерабатывающей промышленности Иркутской области производят большой ассортимент качественных, продовольственных товаров, в том числе масложировую продукцию, яйцо, молочную продукцию, кондитерские изделия, мясо птицы, питьевую воду и т.д.

Для успешного преодоления проблем малого предпринимательства в сельском хозяйстве, рисков в их деятельности необходима поддержка из вне. И основная помощь в поддержке сельскохозяйственных производителей исходит от государства.

На территории Иркутской области действует государственная поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей на основании Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2014–2020 годы, утвержденной постановлением Правительства Иркутской области от 9 декабря 2013 г. № 568-пп [4].

Государственная поддержка осуществляется в виде субсидирования сельскохозяйственных товаропроизводителей. Субсидирование может осуществляться из федерального и регионального бюджетов. Виды субсидий предоставляются следующие [1; 3]:

1. Для создания условий для развития малых предпринимательских структур и повышения их финансовой устойчивости:

*Субсидии, софинансируемые из федерального бюджета:*

- на создание и развитие крестьянских (фермерских) хозяйств;
- на развитие материально-технической базы сельскохозяйственных потребительских кооперативов;
- на развитие семейных животноводческих ферм;
- на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, взятым малыми формами хозяйствования.

*Субсидии, предоставляемые только из областного бюджета:*

- на развитие семейных молочных животноводческих ферм;
- на закуп мяса у граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, в целях его дальнейшей переработки и реализации;

- на закуп молока у граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, в целях его дальнейшей переработки и реализации и др.

## 2. Поддержка отрасли растениеводства.

*Субсидии, софинансируемые из федерального бюджета:*

- оказание несвязанной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям в области растениеводства;

- на приобретение элитных семян сельскохозяйственных культур;

- на производство продукции растениеводства на низкопродуктивной пашне;

- на закладку и уход за ягодными кустарниковыми насаждениями.

*Субсидии, предоставляемые только из областного бюджета:*

- на возмещение части затрат на приобретение семян с учетом доставки в районе Крайнего Севера и приравненные к ним местности;

- на произведенные, реализованные и переданные в собственную переработку овощи;

- в целях возмещения затрат на производство овощей защищенного грунта для приобретения тепловой и электрической энергии;

- на возмещение затрат на приобретение ГСМ, используемых на технологические цели, для проведения сезонных полевых работ и др.

## 3. Поддержка отрасли животноводства.

*Субсидии, софинансируемые из федерального бюджета:*

- на содержание племенного маточного поголовья сельскохозяйственных животных;

- на повышение продуктивности в молочном скотоводстве.

*Субсидии, предоставляемые только из областного бюджета:*

- на приобретение племенного молодняка сельскохозяйственных животных в племенных стадах;

- на содержание товарного маточного поголовья КРС молочного направления;

- на содержание товарного маточного поголовья КРС мясного направления и др.

## 4. Создание условий для технической и технологической модернизации сельского хозяйства:

- на ремонт сельскохозяйственной техники в специализированных ремонтных заводах;

- на приобретение сельскохозяйственной техники, грузовых и специальных автомобилей, технологического оборудования по договорам финансовой аренды;

- на возмещение части прямых понесенных материальных затрат на создание и модернизацию объектов АПК Иркутской области и др.

## 5. Иные виды поддержки:

- на единовременную выплату на обустройство молодым специалистам при трудоустройстве на работу;

- на оказание консультативной помощи по вопросам ведения отраслей животноводства и растениеводства и др.

Для получения государственной поддержки сельскохозяйственным производителям необходимо обратиться в Министерство сельского хозяйства Иркутской области. Решение о предоставлении субсидии принимается в несколько этапов [5]:

1. *Заключение соглашений на выплату субсидий.* Претендент на получение субсидии подает пакет документов в Министерство сельского хозяйства Иркутской области для заключения соглашений на получение субсидий. Сроки соглашений установлены нормативно-правовыми актами министерства. Далее происходит оценка выполнения требований для заключения соглашений. Если все требования выполнены, то заключается соглашение, если нет, то дается мотивированный отказ.

2. *Получение субсидий.* На данном этапе подается заявка на перечисление субсидий и необходимых документов в министерство сельского хозяйства. Сроки подачи и перечень документов установлены нормативно-правовыми актами Правительства Иркутской области и министерства сельского хозяйства Иркутской области. Далее проводится оценка выполнения требований для выплаты субсидий. Если все требования выполнены, то выплачивается субсидия, если нет, то дается мотивированный отказ в выплате.

3. *Внутренний финансовый контроль и аудит.* Проведение камеральных и выездных проверок производителей сельскохозяйственной продукции по выполнению условий предоставления субсидий. При выявлении невыполнения требований происходит возврат субсидии.

Таким образом, субсидирование сельскохозяйственных организаций осуществляется по различным направлениям. Так, в 2016 г. Министерство сельского хозяйства Иркутской области компенсировало часть понесенных затрат сельскохозяйственных организаций, связанных с реализацией экономически значимых проектов, направленных на функционирование и развитие отраслей сельского хозяйства. Также были предоставлены гранты малым формам хозяйствования по различным направлениям. В 2017 г. 69 начинающими фермерами были получены гранты на развитие крестьянских (фермерских) хозяйств, 7 фермеров получили субсидии на развитие семейных животноводческих ферм и 5 фермеров на развитие семейных молочных животноводческих ферм. 10 грантов были выплачены для развития материально-технической базы кооперативов. Садоводческим, огородническим и дачным некоммерческим объединениям граждан Иркутской области предоставлено 12 грантов в форме субсидий на развитие инженерной инфраструктуры объектов общего пользования. Впервые был осуществлялся отбор для предоставления грантов в сфере заготовки, переработки и сбыта дикорастущего пищевого и лекарственного сырья, произрастающего на территории Иркутской области. В 2017 г. за счет хозяйств-грантополучателей и хозяйств, реализующих инвестиционные проекты, создано 205 рабочих мест.

При этом необходимо отметить, что поддержка положительно сказывается на развитии сельскохозяйственных предприятий, наблюдается рост урожайности и продуктивности, которые обеспечиваются за счет технической и технологиче-

ской модернизации отрасли. Модернизация ведется с использованием импортной техники и оборудования, которое зачастую эффективнее отечественных аналогов. Большинство предприятий пищевой промышленности вынуждены встраивать в свою технологическую цепочку импортные составляющие. Даже при всем их желании использовать отечественные составляющие, в России отсутствует производство нужных им машин и оборудования, сырья и материалов. Для эффективного развития агропромышленного комплекса в целом необходима государственная поддержка не только сельскохозяйственных, но и других отраслей, входящих в комплекс.

### Список использованной литературы

1. Виды государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей Иркутской области // *Агрофакт*. — 2018. — № 3–4 (март — апр.). — С. 8–12.
2. Винокуров С.И. Новые вызовы к развитию пищевой промышленности в России / С.И. Винокуров // *Экономика и предпринимательство*. — 2015. — № 11 (ч. 2). — С. 53–58.
3. Винокуров С.И. Экономические аспекты государственной поддержки агропромышленных хозяйственных структур в Иркутской области / С.И. Винокуров, М.Ф. Тяпкина // *Climate, ecology, agriculture of Eurasia : Materials of the international scientific-practical conference*. Ulaanbaatar, May 30–31, 2017. — Ulaanbaatar, 2017. — P. 205–211.
4. Государственная поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей Иркутской области // *Агрофакт*. — 2018. — № 3–4 (март — апр.). — С. 2–3.
5. Порядок получения государственной поддержки сельскохозяйственными товаропроизводителями Иркутской области // *Агрофакт*. — 2018. — № 3–4 (март — апр.). — С. 3–4.

### Информация об авторах

*Винокурова Мария Викторовна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: mariav1982@mail.ru.

*Винокуров Геннадий Михайлович* — доктор экономических наук, профессор, кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа, Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, пос. Молодежный; e-mail: mariav1982@mail.ru.

### Authors

*Vinokurova Maria Viktorovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: mariav1982@mail.ru.

*Vinokourov Gennadiy Mixailovich* — Doctor habil. in Economics, Professor, Chair of Finance, Accounting and Analysis, Irkutsk State Agrarian University named after A. A. Ezhevsky, Molodezhnyy; e-mail: mariav1982@mail.ru.

## РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АГРАРНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

В статье были рассмотрены тенденции формирования и развития предпринимательства в аграрной сфере, совершенствование его форм и становление экономико-институциональных основ. Даны рекомендации по повышению эффективности функционирования малого и среднего бизнеса в сельском хозяйстве, по улучшению условий его дальнейшего развития, организации предпринимательской деятельности в современной рыночной экономике, с учетом рациональной государственной поддержки, обеспечивающейся за счет создания различного рода государственных программ, поддерживающих и стимулирующих развитие и последующую деятельность хозяйствующих субъектов в агропромышленном комплексе.

*Ключевые слова:* аграрный сектор; предпринимательство; государственная поддержка; сельскохозяйственный продукт; сельскохозяйственное производство.

## DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN AGRARIAN PRODUCTION

This article deals with the trends of formation and development of entrepreneurship in the agricultural sector, improvement of its forms and the formation of its economic and institutional foundations. It provides recommendations to improve the efficiency of small, medium and large businesses in agriculture, to improve the conditions for its further development and activities in the modern market economy, taking into account the rational state support provided by the creation of various programs that support and stimulate the development and follow-up of entrepreneurship in the agro-industrial complex.

*Keywords:* agricultural sector; entrepreneurship; state support; agricultural product; agricultural production.

В условиях развития рыночных отношений возникает потребность исследования всех компонентов, участвующих в данном процессе. Одним из важных среди них выступает формирование предпринимательства как новейшего вида хозяйствования, как правило, во всех сферах и областях экономики.

Значимую роль в настоящее время играет образование системы предпринимательства в аграрной сфере экономики. В данной области имеются свои специфические причины и цели организации предпринимательской деятельности. Они непосредственно связаны со становлением предпринимательства в России в области сельского хозяйства, поскольку этот процесс находится на низком экономическом уровне, имеет низкие показатели эффективности и производительности труда по сравнению с аграрной сферой в других развитых странах.

Также необходимо сказать, что в рамках образования открытой экономики России, повышения степени ее вовлеченности в область международных хозяй-

ственных отношений все больше начинает проявляться проблема конкурентоспособности отечественных сельскохозяйственных производителей в мировом аграрном секторе. Именно поэтому сейчас необходимо повысить эффективность работы и уровень конкурентоспособности аграрной сферы, но делать это нужно не прежними методами, которые в большинстве своем оказались малоэффективными, а необходимо использовать более современные технологии и подходы, способствующие решению данной проблемы и в будущем дающие возможность свободно развиваться и функционировать предпринимательству в аграрной сфере.

Именно необходимость в развитии такого важного элемента в аграрной сфере как предпринимательство, большое количество нерешенных задач, проблемы снабжения населения продовольствием и низкий уровень научных исследований в этой области делают проблему, поднятую в данной статье, актуальной в современных условиях развития экономики России.

Проблематику развития предпринимательства в аграрной сфере изучали многие авторы.

Так, А.Г. Скребков исследовал формирование и развитие экономико-институциональных основ предпринимательства в АПК. Он считает, что несоответствие процесса институционализации сельскохозяйственного сектора с другими направлениями рыночных изменений создает необходимость применения условий наиболее выгодного для них развития, используя рыночные и формальные институты. В своей работе автор упоминает труды известных представителей отечественной науки: Е.П. Губина, Н.С. Каткова, А.А. Михалева, Н.А. Попова, Е.В. Серовой, И.Н. Буздалова, Б.Я. Гершковича, Е.П. Губина, И.Г. Ушачева, А.А. Шутькова. Они изучали вопросы, связанные с организационно-экономическими формами хозяйствования в аграрной сфере. Также А.Г. Скребков упоминает современных зарубежных экономистов: М. Паркина, М. Трейси, Т. Хаузера, Р. Ванвейера, М. Кента, Дж. Маккормика, работы которых посвящены фундаментальному экономическому анализу особенностей функционирования системы агробизнеса, исследованию особенностей становления рыночных отношений государственной поддержки предпринимательства в аграрной сфере. Изучая труды, А.Г. Скребков сделал вывод, что в основном работы этих ученых имеют спорные и незавершенные положения, а проблема развития предпринимательства в сельском хозяйстве, находится на одном из первых этапов исследования.

По мнению автора, в настоящее время можно выделить две основных схемы, отражающие производственно-сбытовую структуру предпринимательства, субъекты и инструменты государственной поддержки предпринимательства в сельском хозяйстве. Они свидетельствуют о том, что государство обеспечивает оперативность экономико-институциональных образований, зависящих от рыночной среды, к которой приспособляются формальные и неформальные институты. Это является определяющим в направлении институциональных изменений, а также играет роль особого института, который воздействует на образование и развитие предпринимательства. Государство в данном случае выступает как субъект институционализации предпринимательства в сельском хозяйстве. Проводя анализ государственной поддержки предпринимательства в аграр-

ной сфере, можно сказать, что необходимо повысить уровень институционализации сельского хозяйства. Нельзя не сказать о негативном влиянии на финансовое положение предпринимательства в данной области, которое осуществляется под действием фискально-контрольной функции с помощью бюджетного финансирования, кредитования, ценообразования и налогообложения. Предпринимательская деятельность активизируется посредством ликвидации монопольного права государства торговать сельскохозяйственной продукцией. В современной экономике существует несколько принципов на которых в основном базируется развитие института предпринимательства в сельском хозяйстве: переход к наиболее оптимальным экономическим инструментам; централизация финансовых ресурсов для осуществления расширенного воспроизводства; увеличение результативности применения бюджетных средств, направленных на государственные закупки сельскохозяйственной продукции; механизм распределения продовольственных товаров через биржи и др. [1].

Большое влияние на развитие и совершенствование форм предпринимательства в сфере аграрного производства оказывает оптимизация структуры и координация продуктивного взаимодействия предпринимательских объединений, в виде кооперации и интеграции. Это дает положительный результат предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве. Многие работы зарубежных и российских классиков, современных ученых-экономистов посвящены данной проблеме.

Как показывает статистика, основную часть структуры субъектов рынка занимают индивидуальные предприниматели без образования юридического лица — 79 %. Так же из приведенных данных о пространственном развитии предприятий можно судить о их неравномерности размещении на территории страны, так как более 70 % аграрных организаций расположено в Европейской части. Агропромышленный комплекс в настоящее время, как правило, эволюционирует на основе крупных сельскохозяйственных производств, которые организованы на базе бывших государственных предприятий и коллективных хозяйств, что отрицательно сказывается на развитие рыночных отношений в аграрном секторе.

Также статистические данные показывают, что малый бизнес становится весомым сектором экономики, вследствие чего разрабатываются программы поддержки малого предпринимательства и механизмы финансовой поддержки. Существует агропромышленная интеграция, целью создания которой выступает формирование условий для функционирования более прогрессивных и эффективных форм предпринимательства сельскохозяйственного производства. Важное место занимает рациональное использование ресурсов, которое обеспечивает оптимальные системы кормления животных и птицы, производства продовольствия, что способствует максимизации прибыли.

За последнее время средний и крупный бизнес крепнут, в отличие от малого. Ведь поддержка малого предпринимательства не совсем эффективна, поэтому необходимо создание более действенной государственной структуры, которая будет заниматься регулированием и поддержкой малых предприятий, кроме того необходимы отработка и внедрение систем франчайзинга, создание

эффективных вертикально интегрированных объединений и активизация работы по правовой поддержке предпринимательства [2].

Развитие малого предпринимательства обусловливается экономическим состоянием аграрного сектора конкретного региона страны, которое зависит от формирования условий, предоставляющих возможность доступа для предпринимателей кредитных и бюджетных средств.

Важнейшей составной частью малого предпринимательства является среда обитания сельского населения, но при этом аграрная политика должна воздействовать на работу всех форм хозяйствования.

Малое предпринимательство играет роль важного инструмента, который способствует преодолению бедности населения, созданию конкурентной обстановки и стабилизации экономики. Малые предприятия обладают большей гибкостью, имеют способность быстро менять структуру производства, внедряя новейшие технологии, увеличить количество рабочих мест и повышают доход сельского населения. Все это определяет необходимость в проведении государственной экономической политики в сфере малого предпринимательства, в разработке программы развития финансирования малого бизнеса, что с большей эффективностью будет внедряться и использоваться в случае создания специализированной организации (института), которая будет заниматься только проблемами малых сельскохозяйственных организаций. Ей может выступать фонд малого аграрного предпринимательства, финансирующийся за счет государственно-частных, региональных средств, а также сумм, внесенных частными юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями. Чтобы выделить приоритетные направления поддержки малого бизнеса необходимо не только применять общепринятые методики, но и использовать следующие показатели: доля эффекта, полученная в результате поддержки малого бизнеса, доля товаров и услуг в объеме валовой добавленной стоимости сельского хозяйства, а также прирост рабочих мест в сравнении с предыдущим годом [3].

Рассматривая развитие предпринимательства в аграрном секторе, можно говорить о том, что в настоящее время в большинстве случаев малый бизнес бесперспективен, по сравнению с более крупными и средними по масштабу предприятиями, функционирующими в данной сфере. Его развитию препятствует неразвитая социальная база и инфраструктура, монополизм в области распределения, переработки и торговли сельскохозяйственным продовольствием, низкий уровень государственной поддержки. Поэтому государство должно проводить антимонопольную политику, создавать налоговую политику, содействующую малому бизнесу, а также нормативно-правовые акты, направленные на развитие малого предпринимательства. В целом практически каждый бизнес, функционирующий в аграрном секторе, независимо от масштаба его деятельности имеет ряд проблем: недостаток квалифицированных кадров, необходимого оборудования, денежных средств, каналов транспортировки продукции. И ни государство, ни частный сектор не нашли оптимального решения данных вопросов. Поэтому считаем, что государство должно разрабатывать более эффективные программы, способствующие наиболее максимальному развитию предпринимательства в аграрной сфере. В эти программы должно входить:

- повышение производительности крестьянских фермерских хозяйств и малых форм хозяйствования, ведь их стабильное функционирование будет способствовать увеличению доли земель, обрабатываемых в сельском хозяйстве и решению некоторых социально-экономических проблем развития сельской местности;

- увеличение занятости сельского населения, которое позволит снизить уровень скрытой безработицы;

- поддержание положительного социального климата в сельской местности;

- рост уровня жизни жителей села;

- увеличение объемов сельскохозяйственного производства;

- внедрение новых технологий, необходимых для обеспечения сельскохозяйственных работ;

- повышение конкурентоспособности крестьянских фермерских хозяйств и малых форм хозяйствования.

В условиях рыночных отношений проблему развития предпринимательства в аграрной сфере можно решить, базируясь в основном на организации малого агробизнеса, который сможет обеспечить производство сельскохозяйственного сырья, продовольствия, товаров, услуг, сохранить сельский образ жизни, расширить воспроизводство населения и повысить качество его жизни.

### **Список использованной литературы**

1. Козлова С.В. Развитие малого предпринимательства в аграрном секторе экономики [Электронный ресурс] / С.В. Козлова // Российская государственная библиотека. — Режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01005046645#?page=1>.

2. Найденов С.И. Тенденции развития и совершенствования форм предпринимательства в сфере аграрного производства (на материалах Ставропольского края) [Электронный ресурс] / С.И. Найденов // Российская государственная библиотека. — Режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01002654714#?page=1>.

3. Скребков А.Г. Формирование и развитие экономико-институциональных основ предпринимательства в аграрной сфере [Электронный ресурс] / А.Г. Скребков // Российская государственная библиотека — Режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01002654714#?page=1>.

### **Информация об авторах**

*Бережненко Элина Евгеньевна* — студент, отделение экономики, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: [berezhnenko.1999@mail.ru](mailto:berezhnenko.1999@mail.ru).

*Окомина Екатерина Анатольевна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород; e-mail: [Ekaterina.Okomina@novsu.ru](mailto:Ekaterina.Okomina@novsu.ru).

## **Authors**

*Berezhnenko Elina Evgenievna* — Student, Chair of Economics, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod; e-mail: berezhnenko.1999@mail.ru.

*Okomina Ekaterina Anatolyevna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Accounting, Analysis and Audit, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod; e-mail: Ekaterina.Okomina@novsu.ru.

## ПРОЦЕССИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СТРУКТУР В АПК

Статья посвящена актуальной проблеме развития межхозяйственных отношений в контексте концентрации капитала и укрупнения хозяйственных структур в АПК. Основное внимание уделено перспективам развития партнерских отношений между различными формами хозяйственных структур агропромышленного комплекса, а также поиску наиболее эффективных управленческих решений для разрешения существующих противоречий развития. Это способствует улучшению экономического состояния агропромышленного комплекса и обретения большей гибкости и адаптивности по отношению к постоянно меняющимся условиям развития.

*Ключевые слова:* интегрированные и диверсифицированные хозяйственные структуры; межхозяйственные отношения; сотрудничество; процессинг; агропромышленный комплекс.

S.I. Vinokurov

## PROCESSING AS A TOOL OF COOPERATION COMPANIES IN AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

The article is devoted to the actual problem of the relations development in the context of the capital concentration and the companies consolidation in agro-industrial complex. The focus is on the prospects for the partnerships development between various forms of economic structures of the agro-industrial complex, as well as the search for the most effective management solutions to resolve existing development contradictions. These decisions contribute to the improvement of the economic condition, flexibility and adaptability of the companies in agro-industrial complex.

*Keywords:* integrated company; diversified company; relations; cooperation; processing; agro-industrial complex.

Агропромышленный комплекс: сельское хозяйство, пищевая и перерабатывающая промышленность играет значительную роль в экономике России, обеспечивая огромный вклад в производство внутреннего валового продукта. Это одна из самых динамично развивающихся отраслей, которая обладает высокой инвестиционной привлекательностью из-за наличия условий для устойчивого развития за счет развивающегося внутреннего рынка. В этой отрасли работает значительная часть населения страны и соответственно существует большой потенциал роста производительности труда.

В современных экономических условиях развития малые формы агробизнеса не способны конкурировать с крупными интегрированными и диверсифицированными структурами по уровню и оснащенности производственных мощностей в сферах оборота сельскохозяйственного сырья, его переработки и доведения до потребителей. При этом главной проблемой, ограничивающей развитие крупных интегрированных и диверсифицированных хозяйственных структур,

является недостаточно полная загрузка всех имеющихся в структуре производственных мощностей.

Зарубежный опыт эффективного функционирования мелкотоварного и корпоративного сектора выражается не в конкуренции между собой, а в успешном дополнении друг друга при взаимодействии между собой для решения имеющихся проблем масштаба их деятельности [4]. Формы такого взаимодействия могут быть разнообразны и определяются различными факторами.

Таким образом, для России необходимым является поиск новых, эффективных форм сотрудничества малых и крупных хозяйственных структур, отвечающих условиям современного развития. Как показывают исследования, на основе исторически сложившихся форм, методов и систем ведения агропромышленного производства, наиболее распространенными сейчас являются такие формы сотрудничества, как кооперация, картель, синдикат, трест, концерн, конгломерат, финансово-промышленная группа и другие. Такие системы, объединяя финансовые средства, внедряют новейшие достижения науки и техники, что дает им возможность получать на этой основе значительный экономический эффект [1].

В сельскохозяйственной сфере преобладают малые хозяйственные структуры, которые не в состоянии перестроить собственное производство на современные технологические «рельсы» из-за низких финансовых возможностей. В то же время крупные агропромышленные структуры, имея в достаточном количестве современное оборудование, не всегда способны использовать его на полную мощность.

В настоящее время идет поиск новых ассоциативных форм сотрудничества малых и крупных форм агропромышленного комплекса. Наиболее распространенной формой такого сотрудничества на современном этапе является агропромышленный кластер. Однако данный тип сотрудничества формально тоже предлагает объединение хозяйственных структур в некий единый комплекс для решения экономических, экологических, социальных и других проблем, оставляя нерешенными отраслевые проблемы межхозяйственного взаимодействия [5]. Важно найти такую форму взаимовыгодного сотрудничества, которое осуществлялось бы через заключение договоров, позволяющих решить проблемы масштабов производства для различных хозяйственных структур АПК.

Новая институциональная экономическая теория рассматривает фирму как систему внутренних и внешних контрактов между собственниками ресурсов и их потребителями. Поскольку малые формы не являются собственниками ресурсов, они несут дополнительные транзакционные издержки, которых можно избежать с помощью услуг агента [3]. Таким образом, на наш взгляд, произойдет не прямая (физическая) интеграция фирм, а своего рода объединение в оболочечный комплекс экономически и юридически обособленных хозяйственных структур.

Следовательно, перспективным инструментом решения проблем загрузки имеющихся производственных мощностей в крупных хозяйственных структурах АПК и проблем нехватки этих мощностей у малых форм может быть процессинг. Процессинг — это сотрудничество хозяйственных структур агропромышленного комплекса (различных категорий хозяйств) в сырьевой, технологической, инфраструктурной и научной сферах [2].

Сырьевой процессинг — это сотрудничество крупных агропромышленных хозяйственных структур с мелкими и средними фирмами для загрузки собственных не полностью загруженных мощностей сырьевой сферы. Когда есть избыток в сырьевой составляющей, можно, не продавать его по цене ниже себестоимости, а перерабатывать это сырье специально созданной совместной процессинговой компанией. Поиск партнеров можно осуществлять через взаимодействие органов государственной власти, некоммерческих организаций и обществ, а также крупных, средних и мелких хозяйственных структур в АПК. Функциями процессинговой компании являются доставка сырья на переработку, транспортировка и реализация готовой продукции в целях объективного учета и распределения прибыли для компаний, участвующих в процессинге. Выгоды для компаний, участвующих в процессинге — более полная загрузка имеющихся мощностей, дополнительный доход в виде части прибыли от деятельности совместного предприятия. Компании заключают договор процессинга, в котором органы государственной власти или некоммерческая организация могут выступать гарантом выполнения сторонами своих обязательств. Компания-поставщик сырья соблюдает все требования условий договора, касающихся сроков и условий поставки сырья. Процессинговая компания предоставляет свои производственные мощности для переработки сырья сторонней компании, производит транспортировку и реализацию готовой продукции.

Технологический процессинг развивается в перерабатывающих агропромышленных структурах. Он предполагает сотрудничество крупных производственных структур с малыми предприятиями для загрузки собственных перерабатывающих мощностей. При этом процессинговая компания является правообладателем продукта и по своему усмотрению (новая торговая марка на рынке, либо под маркой одного из партнеров) реализует товар. Таким образом, предлагаются новые тенденции в конкуренции — не борьба с конкурентами, а сотрудничество, т.е. новый и актуальный контрпродуктивный подход.

Инфраструктурный процессинг — это загрузка собственных инфраструктурных мощностей (транспортных, инженерных и других). Он позволяет эффективно развиваться малым фирмам, повышая производительность крупных компаний.

Научный процессинг заключается в использовании инновационных научных разработок для повышения эффективности деятельности хозяйственных структур при модернизации имеющихся мощностей, приобретении новых, либо реструктуризации.

### Виды процессинга

Сферы хозяйственной деятельности	Выявленные проблемы в развитии компании	Вид процессинга
Наука: Селекция Технические и технологические инновации Организация и управление	– в сырьевой составляющей; – в технологической составляющей; – в инфраструктурных составляющих; – в составляющих организации и управления	Научный процессинг

Сферы хозяйственной деятельности	Выявленные проблемы в развитии компании	Вид процессинга
Инфраструктура: Обслуживающие производства Торговля Склады Транспорт	– в деятельности инженерной инфраструктуры; – в деятельности транспортной инфраструктуры; – в деятельности социальной инфраструктуры; – в деятельности информационной инфраструктуры	Инфраструктурный процессинг
Переработка: Прием Лаборатория Технологические операции	– в деятельности перерабатывающих производств; – в деятельности технологических лабораторий	Технологический процессинг
Сырье: Производство сельскохозяйственного сырья	– в деятельности сельскохозяйственных производств	Сырьевой процессинг

Различные виды процессинга могут применяться как комплексно, так и по отдельности. Для определения вида процессинга необходимо оценить загруженность основных производственных мощностей в структурах по различным производственным направлениям и на основе разрабатывать стратегические решения о развитии хозяйственной структуры.

Процессинг — это промежуточная или синтетическая интеграция. Это интеграция двух предприятий через третье, но по определенной сфере. Форма не поглощения, а создания совместного предприятия, для разрешения противоречий в развитии хозяйственных структур АПК.

### Список использованной литературы

1. Винокуров Г.М. Место индустриальных предприятий в современных условиях в сельскохозяйственном производстве Иркутской области / Г.М. Винокуров // Актуальные вопросы аграрной науки. — 2014. — № 13. — С. 26–30.
2. Рогов В.Ю. Тенденция автономизации национальных хозяйств и их экономических сообществ / В.Ю. Рогов // Актуальные тенденции развития мировой экономики : материалы междунар. науч.-практ. конф. — Иркутск : Изд-во БГУ, 2016. — С. 153–164.
3. Светник Т.В. Менеджмент на малом и среднем предприятии : учеб. пособие. / Т.В. Светник. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2006. — 174 с.
4. Тяпкина М.Ф. Механизм развития инновационной деятельности сельскохозяйственных организаций / М.Ф. Тяпкина, Ю.Д. Монгуш // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2015. — Т. 4. — № 12. — С. 75–80.
5. Щетинина И.В. Модернизация системы управления — мощный фактор развития интеграционных процессов в агропродовольственном секторе / И.В. Щетинина // Никоновские чтения. — 2010. — № 15. — С. 142–145.

### **Информация об авторе**

*Винокуров Сергей Иннокентьевич* — заведующий лабораторией «Экономические отношения в сфере агропромышленного комплекса», кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа, Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, пос. Молодежный; e-mail: vinokurovsi@mail.ru.

### **Author**

*Vinokurov Sergey Innokentievich* — Head of the Laboratory for Economic Relations in the Sphere of Agro-Industrial Complex, Chair of Finance, Accounting and Analysis, Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Ezhevsky, Molodezhnyy; e-mail: vinokurovsi@mail.ru.

**К.Д. Иванов, С.Г. Колтовская, Я.М. Коршунова**

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИНБИОТИКОВ В ПТИЦЕВОДСТВЕ НА ОСНОВЕ АВТОХТОННОЙ МИКРОФЛОРЫ КИШЕЧНИКА ПЕРЕПЕЛОВ**

Обосновывается актуальность введения новых синбиотических добавок в корм сельскохозяйственной птицы. Обуславливается актуальность работы в данной отрасли и по данному направлению. Устанавливается четкая цель и пути ее реализации. Предлагается внедрение новой синбиотической добавки, приводится ее экономическое обоснование. Описывается схема всех этапов, целесообразность их проведения. Предоставляется сводная таблица опыта с базовыми расчетами рентабельности. Автор предлагает полный ответ на вопрос об экономической эффективности проводимого опыта, а также комплексно решает стоящую перед отраслью экономическую и биологическую проблемы.

*Ключевые слова:* пробиотики; синбиотики; сельское хозяйство; птицеводство; экономическая эффективность; добавка; корм.

**K.D. Ivanov, S.G. Koltovskaia, Y.M. Korshunova**

## **ECONOMIC EFFICIENCY OF USING OF SYNBIOTIC IN POULTRY BREEDING ON THE BASIS OF AUTO CHRONIC MICROFLORA OF THE QUESTIONINE**

This article substantiates the relevance of the introduction of new synbiotic additives in the feed of poultry. The relevance of work in this industry and in this area is conditioned. Set a clear goal and ways to implement it. The introduction of a new synbiotic supplement is proposed, its economic justification is given. The scheme of all stages, the expediency of their implementation is described. The author offers a complete answer to the question about the economic efficiency of the experience, as well as comprehensively solves the economic and biological problems facing the industry.

*Keywords:* probiotics; synbiotics; agriculture; poultry farming; economic efficiency; additive; feed.

Увеличение использования антибиотиков в составе кормов и комбикормов в настоящее время привело к значительному снижению уровня естественной резистентности организма сельскохозяйственной птицы. Существующей альтернативой применения антибиотиков в кормах является коррекция питания птицы с помощью пробиотических и синбиотических микроорганизмов, которые при введении в физиологических количествах приносят пользу организму [1].

Наиболее предпочтительны для использования в этих целях штаммы, входящие в естественные для данного вида микробные ассоциации. Так был выведен и подобран штамм лактобактерий *Lactobacillus intermedius*. Они должны обладать повышенной функциональной адаптацией к физиологическим особенностям выращиваемых организмов. Таким образом появилась актуальность введения исследуемого штамма в качестве кормовой добавки для птицы, чтобы выяснить, способствует ли это уменьшению затрат на корм и влияет ли на здоровье с/х птицы.

Основной целью проводимого исследования было найти наиболее подходящую питательную среду для культивирования *Lactobacillus intermedius*, создание синбиотических колоний и введение их в рацион перепелов.

Первый этап опыта заключался в анализе пребиотических компонентов, из которых можно было приготовить питательные среды для выращивания лактобактерий. Основываясь на опыте предыдущих исследований, в качестве основных компонентов питательной среды были выбраны свежесжатый неосветленный тыквенный сок и стерилизованная молочная сыворотка.

Свежесжатый тыквенный сок содержит большое количество тыквенного пектина. Тыквенный пектин содержит мягкую растворимую клетчатку, которая выводит из организма биогенные токсины, ксенобиотики, холестерин, мочевины. Кроме того, пектин активизирует перистальтику кишечника, формирует необходимый объем каловых масс, препятствует усвоению холестерина. Также в тыквенном соке в небольших количествах содержится тыквенный инулиновый концентрат и на 20 % состоит из пребиотических веществ. Инулиновый состав оказывает детоксикационное, адаптогенное, антиоксидантное, противовоспалительное, гепатопротекторное, бифидогенное, спазмолитическое, мягкое слабительное действия.

Молочная сыворотка является хорошей питательной средой для выращивания лактобактерий. Именно поэтому она была выбрана в качестве основного компонента.

В результате было приготовлено пять опытных питательных сред, состав которых представлен в табл. 1.

Таблица 1

**Состав тыквенно-сывороточной питательной среды**

Наименование среды	Состав
Среда 1	50 % свежесжатого тыквенного сока и 50 % молочной сыворотки
Среда 2	40 % свежесжатого тыквенного сока и 60 % молочной сыворотки
Среда 3	30 % свежесжатого тыквенного сока и 70 % молочной сыворотки
Среда 4	20 % свежесжатого тыквенного сока и 80 % молочной сыворотки
Среда 5	10 % свежесжатого тыквенного сока и 90 % молочной сыворотки

Качественный состав среды представляет собой питательную базу для роста, обеспечивая их всеми необходимыми веществами, в качестве пребиотического источника используются содержащиеся в тыквенном экстракте пектиновые вещества и полисахариды.

Вторым этапом осуществлялся посев микроорганизмов штамма *Lactobacillus intermedius*. Так как основная среда для развития пробиотиков жидкая, посев производится простым погружением в колбу дозатора со штаммом при горячей горелке.

Основными инструментами для посева являются микробиологический дозатор и колба.

После культивирования в течение двух суток при температуре 37 °С, необходимо было произвести разведение высева и подсчет колоний микроорганизмов. Для этого был подготовлен физиологический раствор в количестве 10 пробирок объемом по 10 мл каждая. Исходный объем раствора в каждой пробирке составляет 9 мл. В первую пробирку добавляется исходная масса и перемешивается. Далее из первой пробирки раствор переносится во вторую, из второй в третью постепенно уменьшая концентрацию клеток на 1 мл жидкости. Таким образом, мы произвели разведение до нужной степени и провели посев [2].

Посев для подсчета количества микроорганизмов проводился на чашки Петри с заранее приготовленными твердыми агаризованными питательными средами ГПС. Приготовленные среды для высева *Lactobacillus intermedius* на чашки Петри имеют следующий состав (табл. 2).

Таблица 2

**Состав питательной среды ГПС агаризованной**

Препарат	Количество, г/л
Na <sub>2</sub> HPO <sub>4</sub>	3,2
K <sub>2</sub> HPO <sub>4</sub>	0,3
MgSO <sub>4</sub> × H <sub>2</sub> O	0,5
HCl	0,5
Пептон ферментативный	20,0
Дрожжевой экстракт	0,5
Глюкоза	25
Агар-агар	25

Простого смешивания основных компонентов оказалось недостаточно для приготовления среды подобного типа. Необходимо было после проварить среду в течение 1,5–2 часов до полного растворения агар-агара.

Высев на чашки Петри проходил так же стерильно в ламинаре. При этом важно было распространить культуру по всей площади среды для наиболее лучшего прорастания колоний.

В соответствии с рекомендациями научного руководителя были сделаны высевы из 5, 6, 7 пробирок для определения количества колоний. После высевы были термостатированы и подготовлены к подсчету. Наиболее удобны для подсчета были колонии в чашках Петри с 7 разведением, поэтому на них и проводились подсчеты.

Результаты подсчета приведены в табл. 3.

Таблица 3

**Количество КОЕ полученного синбиотического штамма**

Среда 1 (50 % тыквенного сока и 50 % молочной сыворотки)	2,1 x 10 <sup>8</sup> КОЕ
Среда 2 (60 % тыквенного сока и 40 % молочной сыворотки)	3,2 x 10 <sup>8</sup> КОЕ
Среда 3 (30 % тыквенного сока и 70 % молочной сыворотки)	4,1 x 10 <sup>8</sup> КОЕ
Среда 4 (20 % тыквенного сока и 80 % молочной сыворотки)	2,4 x 10 <sup>8</sup> КОЕ
Среда 5 (10 % тыквенного сока и 90 % молочной сыворотки)	1,9 x 10 <sup>8</sup> КОЕ

В результате полученных результатов для дальнейшего использования, полученного синбиотического препарата были отобраны две питательные среды: Среда 3 и Среда 5. Среда 3 показала наивысшее содержание колоний, в то время как Среда 5 является наиболее экономически выгодной (большее содержание дешевого компонента — молочной сыворотки).

Для подсчета рентабельности проводилось кормление с/х птицы комбикормом с полученной синбиотической добавкой. Экономическая эффективность использования функциональной пробиотической добавки на перепелах велась путем расчета расхода кормов и добавки на мясную продуктивность, с учетом сохранности птицепоголовья [3].

Для изучения эффективности применения симбиотической добавки был проведен научный эксперимент на перепелах. Методом групп аналогов было сформировано четыре группы перепелов по 20 голов в каждой: контрольная группа — в рационе присутствовал только основной комбикорм; 1-я опытная группа — в основной рацион добавляли 0,2 % добавки; 2-я опытная группа — в основной рацион добавляли 0,5 % добавки и 3-я опытная группа — в основной рацион добавляли 1,0 % добавки. Схема опыта представлена в табл. 4.

Таблица 4

**Схема опыта**

Группа	Голов	Добавка, % к массе рациона	Схема применения, сут
Контрольная	20	–	–
1-я опытная	20	0,2	1–14; 16; 18; 21; 28; 35; 42
2-я опытная	20	0,5	
3-я опытная	20	1,0	

Ежедневно проводили контроль за сохранностью и падежом поголовья. Сохранность рассчитывали в процентах от начального поголовья по отдельным периодам выращивания и за весь период в целом.

Потребление кормов и добавок птицей в каждой группе рассчитывали ежедневно с первого дня и в течение всего эксперимента. По полученным данным вычисляли затраты кормов на одну голову и 1 кг прироста живой массы птицы (конверсия).

После проведения опыта была рассчитана эффективность применения синбиотической добавки; основными показателями служили «разница к контролю в рублях» и «разница к контролю в %». Данные внесены в сводную таблицу 5.

Таблица 5

**Эффективность применения синбиотической добавки в выращивании перепелов в течение 42 суток**

Показатель	Группа			
	Контроль	1-я опытная	2-я опытная	3-я опытная
<i>Хозяйственные характеристики перепелов</i>				
Поголовье на начало опыта, голов	20	20	20	20
Поголовье на конец опыта, голов	20	20	20	20
Сохранность, %	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Динамика живой массы, г</i>				
Суточные	8,14	8,17	8,15	8,19
7 дней	34,18	37,81	33,76	36,72
14 дней	73,74	78,53	73,12	78,94
21 день	113,65	122,47	115,37	122,51
28 дней	156,39	170,55	160,21	177,44
35 дней	198,49	207,21	208,37	219,53
42 день	217,64	222,29	223,75	237,49
<i>Прирост живой массы перепелов за период выращивания (0–42 дня)</i>				
Одной головы, г	209,50	214,12	215,60	229,30
Среднесуточный, г	4,99	5,10	5,13	5,46
Всего, кг	4,19	4,28	4,31	4,58
<i>Затраты комбикорма за период выращивания (0–42 дня)</i>				
На 1 голову, г	834,56	840,92	841,86	843,45
Всего, кг	16,69	16,81	16,83	16,86
На 1 кг прироста, кг	3,98	3,93	3,90	3,67
<i>Затраты пробиотика за период выращивания (0–42 дня)</i>				
Всего, л	–	0,008	0,032	0,080
<i>Экономическая эффективность применения пробиотической добавки за период выращивания (0–42 дня)</i>				
Стоимость 1 кг корма, р.	20,00	20,00	20,00	20,00
Стоимость 1 л добавки, р.	–	40,00		
Стоимость израсходованного корма всего, р.	333,80	336,20	336,60	337,20
Стоимость израсходованной добавки, р.	–	0,32	1,28	3,20
Стоимость израсходованного корма и добавки на прирост, р.	333,80	336,52	337,88	340,40
Цена реализации 1 кг мяса, р.	350,00			
Выручка от реализации мяса всего, р.	1 466,50	1 498,00	1 508,50	1 603,00

Показатель	Группа			
	Контроль	1-я опытная	2-я опытная	3-я опытная
Прибыль от реализации мяса всего, р.	1 132,70	1 161,48	1 170,62	1 265,60
Разница к контролю, р.	–	28,78	37,92	132,90
Разница к контролю, %	–	2,54	3,34	11,73

Прибыль от реализации мяса перепелов в контрольной группе составила 1 132,70 р. против 1 161,48 р. в 1-й опытной группе; 1 170,62 р. во 2-й опытной; 1 265,60 р. в 3-й опытной группе. В целом экономический эффект был в опытных группах выше, чем в контрольной на 2,5, 3,3, 11,7 % соответственно.

Таким образом, разработка синбиотической кормовой добавки на основе автохтонной микрофлоры перепелов потребовала комплексного и системного подхода. Именно таким подходом я и пользовался на протяжении всей научно исследовательской работы. Полученные результаты показали, что разработка синбиотического препарата на тыквенно-сывороточном экстракте может иметь применение в птицеводстве, а экономические расчеты показали эффективность применения такого рода добавки.

### Список использованной литературы

1. Воробьев А.А. Атлас по медицинской микробиологии, вирусологии и иммунологии : учеб. пособие / А.А. Воробьев и др. // М. : Мед. информ. агентство, 2003. — 232 с.

2. Гамаюрова В.С. Ферменты [Электронный ресурс] : лаборатор. практикум / В.С. Гамаюрова, М.Е. Зиновьева. — Казань : Казан. нац. исслед. технол. ун-т, 2010. — 278 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63527.html>.

3. Пономарева Л.О. Использование комплексного биопрепарата в мясном птицеводстве [Электронный ресурс] / Л.О. Пономарева, А.В. Обмоина, Ю. Пересяда и др. // Молодой ученый. — 2017. — № 9 (143). — С. 128–131. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/143/40265>.

### Информация об авторах

*Иванов Кирилл Денисович* — студент, кафедра биофизики, биохимии и биотехнологии, Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар; e-mail: kirill971348@mail.ru.

*Колтовская Софья Германовна* — студент, кафедра биофизики, биохимии и биотехнологии, Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар; e-mail: s.bolgarina@mail.ru.

*Коршунова Яна Михайловна* — магистрант, кафедра технологии хранения и переработки животноводческой продукции, Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар; e-mail: Yana.Korshunova.4959@gmail.com.

## Authors

*Ivanov Kirill Denisovich* — Student, Chair of Biophysics, Biochemistry and Biotechnology, Kuban State Agrarian University, Krasnodar; e-mail: kirill971348@mail.ru.

*Koltovskaya Sofia Germanovna* — Student, Chair of Biophysics, Biochemistry and Biotechnology, Kuban State Agrarian University, Krasnodar; e-mail: s.bolgarina@mail.ru.

*Korshunova Yana Mikhailovna* — Master's student, Chair of Technology of Storage and Processing of livestock products, Kuban State Agrarian University, Krasnodar; e-mail: Yana.Korshunova.4959@gmail.com.

**НЕОБХОДИМОСТЬ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ  
ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В данной статье рассмотрены основные аспекты, связанные с необходимостью осуществления логистических процессов, которые направлены на формирование, контроль и оптимизацию запасов. Проанализирована роль данных процессов в отношении уровня конкурентоспособности предприятия. Также рассмотрен процесс оптимизации запасов в сфере оптовой торговли, так как данная система может наиболее гибко реагировать на те или иные изменения.

*Ключевые слова:* управление запасами; оптимизация системы; логистические процессы; оптовая торговля; торговые запасы.

**M.V. Ovchenkova, L.F. Konstantinova**

**OPTIMIZATION OF THE SYSTEM OF MANAGEMENT  
OF TRADEMARKS FOR ENHANCING THE EFFICIENCY  
OF ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY**

This article discusses the main aspects related to the need for the implementation of logistics processes that are aimed at the formation, control and optimization of reserves. Analyzed the role of these processes in relation to the level of competitiveness of the enterprise. The process of optimization of stocks in the wholesale trade is also considered, since this system can most flexibly respond to certain changes.

*Keywords:* inventory management; system optimization; logistic processes; wholesale trade; trade stocks.

В современном мире важно повышать конкурентоспособность отечественных предприятий, здесь следует отметить то, что зависит это от качества осуществления управления конкретными преимуществами, а также от возможностей, которые доступны предприятию. Поэтому предприятиям необходимо разрабатывать конкурентные стратегии, а в связи с ситуацией на рынке, которая связана с постоянно меняющейся конъюнктурой, существует также потребность в разработке антикризисных стратегий. Данные стратегии позволяют качественно изменять внутреннюю среду организации и обеспечивают повышение конкурентоспособности. Именно конкурентные стратегии предоставляют план, в котором описано, каким образом предприятию следует обеспечивать преимущества на рынке с точки зрения привлечения потенциальных потребителей. Отсюда следует вывод, какую политику управления нужно выбирать по отношению к конкурентам.

Одними из главных денежных вложений на предприятии являются товарные запасы. Во-первых, их принято считать основным источником получения прибыли. Во-вторых, они являются основной проблемой ежедневного контроля. В настоящее время, в соответствии со сложившейся ситуацией на рынке, в условиях данной конкуренции, отечественным компаниям необходимо сокращать

процент устанавливаемой наценки на товары. Поэтому можно сделать вывод, что актуальность оптимизации необходимых величин товарных запасов, обусловлена тем, что это нужно для обеспечения требуемой величины отдачи от средств, вложенных в бизнес.

Необходимость исследования данных проблем свидетельствует об актуальности темы исследования этой работы.

Экономисты разных стран, в которых развита рыночная экономика, считают одним из наиболее эффективных, престижных и прибыльных видов деятельности именно торговый бизнес. Так как рыночная экономика основывается на приоритетах потребителя над производителем, то производство здесь работает на рынок, на тот спрос, который предъявляет рынку потребитель. Торговая сфера фокусирует в себе, как самые лучшие достижения науки и прогресса, так и некоторые негативные явления. Также важно отметить то, что часто люди оценивают работу органов власти, по тому уровню развития, которого достигает торговля. Из этого и следует то, что на данную отрасль возлагается большая надежда и большой груз ответственности по обеспечению нормального функционирования сферы торгового обслуживания [1].

Постоянное непрерывное создание запасов сопровождаются логистические процессы, которые происходят, как внутри предприятия, так и между предприятиями. Отсюда следует основная причина создания запасов, которая заключается в необходимости сглаживать различную интенсивность потоков, которые находятся во взаимодействии.

Случается такое, что невозможно добиться синхронности между входящими и исходящими потоками, тогда создаются страховые запасы, создание которых можно объяснить так:

- существует необходимость подстраховаться, в случае, когда собственные потребности или рыночный спрос оказываются больше запланированных;
- необходимость компенсации возможной неопределенности поставок или их запаздывание.

Одной из основных причин формирования запасов, является фактор случайности, который оказывает влияние на логистические процессы, происходящие в организации, отсюда следует вывод о том, что логистические решения чаще всего принимаются в условиях неопределенности [5].

Технический прогресс считается существенным фактором формирования запасов. Влияние прогресса на запасы сложно по своему определению, но очень разнообразно. То есть, когда на предприятии формируется запас, необходимо учитывать, что увеличение ассортимента товаров, представленных на рынке, неизбежно приводит к уменьшению жизненного цикла товара и оказывает влияние на поведение партнеров, покупателей и конкурентов. Так как запасы выступают в роли оборотного капитала предприятия, то можно сделать вывод, что эффективность производства напрямую зависит от количества запасов [3]. Чем меньше запасов, тем более эффективно производство.

Продуктивность запасов обеспечивает непрерывность логистических процессов на предприятии. На запасы материалов, используемых в производствен-

ном процессе, и на запасы товаров, которые находятся на торговых предприятиях, значительное влияние оказывает процесс закупок. Процесс продаж оказывает влияние именно на запасы готовых изделий и товаров.

Из различных товаров формируются запасы. Понятие «товар» в логистике включает в себя фактический товар. Он может выражаться в конкретном характерном виде продукта. Группа товаров, связанных между собой хотя бы одним признаком, является товарным ассортиментом, где общим признаком считаются: общий канал распределения, сходный диапазон цен и т.д. Совокупность всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц, предлагаемых для продажи, является товарной номенклатурой.

Логистика позволяет рассматривать политику фирмы в области управления запасами, а товарная политика, в свою очередь, формирует запас товаров на фирме.

Оптовая и розничная торговля позволяют осуществлять наблюдение и контроль за определенным видом продаж, так же происходит формирование и передача информации о масштабах продаж по всему списку и ассортименту продукции через оптовых продавцов производителям продукции.

Существует несколько методов реагирования на окружающую среду, исходя из которых определяется стратегия дальнейшего развития. Одним из таких, является метод быстрого реагирования.

Метод быстрого реагирования предполагает оптимизацию запасов торговых предприятий. Улучшая продвижение товаров в распределительных сетях, этот метод представляет собой тесное взаимодействие между торговыми предприятиями и их поставщиками. Основная суть данного метода заключается в планировании и регулировании поставок продукции в организации розничной и оптовой торговли, а также в распределительные сети.

Так как динамика запасов тесно связана с динамикой оборота, появляется возможность снижать запасоемкость различных хозяйственных процессов. Структура запасов должна позволять верно оценивать ее соответствие потребностям, также она должна быть очень разнообразна.

Использование данного метода позволяет сокращать размеры запасов готовой продукции до определенной величины, но эта величина не может быть ниже того уровня, который позволяет быстро удовлетворять спрос большей части потребителей. Этот уровень запаса считается минимальным запасом, т.е. тот уровень запаса, который способен обеспечивать непрерывность процесса удовлетворения спроса на весь период исполнения собственного запроса на пополнение этого запаса. Тем самым запасы сосредотачиваются и пополняются лишь в конкретных точках продаж, сокращается время реакции логистической системы предприятия на изменения спроса, осуществляется гибкое взаимодействие партнеров интегрированной логистической сети, также значительно повышается уровень оборачиваемости запасов. Есть также обратная сторона — это достижение уровня максимального запаса, что предполагает уровень запаса, до которого могут выставляться запросы на пополнение, а также уровень запаса на момент получения поставки [4].

Предприятия, как правило, выбирают метод «точно в срок» который позволяет охватывать и контролировать всю деятельность в ходе производства и

распределения. Основная цель такого метода заключается в том, что необходимо производить и отгружать продукцию в определенный срок для дальнейшего ее использования. То есть основной смысл данного метода заключается в том, что нежелательные запасы должны быть сведены к своему минимуму.

Таким образом, можно сделать вывод, что логистические процессы, направленные на формирование, контроль и оптимизацию запасов на предприятии очень важны. А самое главное то, что их необходимо осуществлять в соответствии с возникающими ситуациями, чтобы не навредить предприятию, а наоборот создать условия, которые в будущем помогут достичь наивысшего уровня конкурентоспособности.

Далее рассмотрим систему оптимизации товарных запасов за счет оптовой торговли, перед которой, как отраслью экономики, стоит задача организации, распределения и движения материальных ресурсов из сферы производства в сферу потребления. Реализация данных задач должна быть осуществлена так, чтобы было обеспечено своевременное предложение товаров в нужном месте, в достаточном количестве, необходимого ассортимента и надлежащего качества.

В условиях современной экономики важное внимание уделяется управлению запасами абсолютно в любой отрасли. Как уже говорилось ранее, запасы оказывают влияние на конкурентоспособность предприятия в целом и непосредственное влияние на себестоимость выпускаемой продукции.

Непрерывность оборота товаров на предприятиях оптовой торговли может быть обеспечена материальными запасами. Это позволяет предотвратить сбои из-за отсутствия необходимых материальных ресурсов, также свести к минимуму затраты, которые связаны с поставкой и реализацией продукции [2].

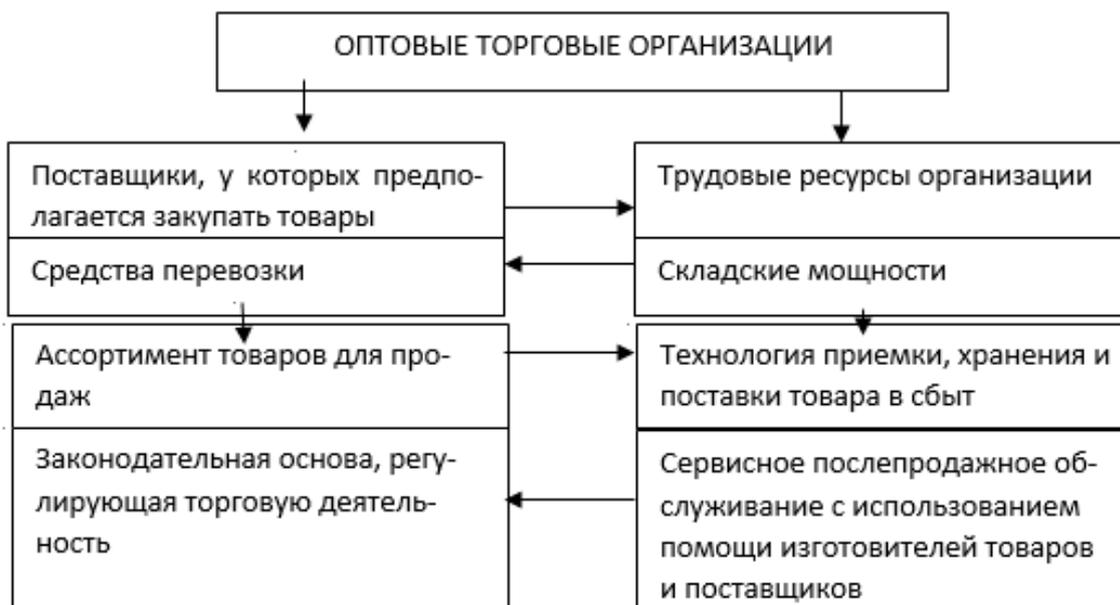
Непрерывность системы управления в сфере оптовой торговли обеспечивает эффективность ритмичной работы предприятия. Но возможно нарушение бесперебойного процесса. Происходит это в связи с возникновением дефицита необходимой продукции у продавца или у покупателя.

Для того, чтобы обеспечить непрерывность процесса оптовой торговли необходимо учитывать основные составляющие оптовой деятельности организации, что представлено на рисунке [6].

Важно отметить, что работа именно оптовых торговых организаций, влияет на функционирование различных отраслей страны, в частности за счет формирования цен на свою продукцию. Форма оптовой торговли имеет значительные преимущества перед розничной. Такие преимущества, как: привлечение к обороту крупных денежных потоков; большое количество деловых контрактов. Оптовая торговля позволяет создавать связи между разными регионами и производителями страны, что значительно влияет на широту и глубину предоставляемого ассортимента.

Исходя из всего этого, следует важность задач, связанных с оптимизацией и координацией деятельности всех вышеперечисленных элементов оптовой организации. Для того, чтобы достигнуть наиболее эффективной работы предприятия, можно использовать вытягивающую систему управления запасами. Особенность такой системы заключается в том, что предприятие должно размещать заказы на

пополнение запасов материальных ресурсов только в том случае, когда количество их в логистической системе достигает своего критического уровня. При этом важно учесть, что запасы могут «вытягиваться» по распределительным каналам от поставщиков материальных ресурсов до конечного своего потребителя.



*Составляющие оптовой деятельности организации*

Запасы в оптовой торговле создаются для решения определенных задач. Их создание необходимо для обеспечения бесперебойного снабжения розничной сети необходимой продукцией. Важно, конечно, то, что создание запасов сопряжено дополнительными финансовыми расходами. В связи с этим возникает необходимость снижать затраты за счет достижения максимального равенства между объемом запаса, с одной стороны, и финансовыми затратами — с другой [8].

Затраты, связанные с созданием и содержанием запасов, делятся на такие, как:

- поддержание запасов на том уровне, который является оптимальным для существующего спроса;
- создание складских помещений и оборудование, находящееся там;
- оплата труда основного персонала.

Запасы на предприятии должны быть, важно правильно определять их необходимое количество. Если же их совсем не будет, то это может привести к потерям и простоям неиспользованной площади складских помещений и оборудования, также может произойти потеря недополученной прибыли в ситуации, когда товар отсутствовал на складе в момент повышенного спроса на него.

Главное преимущество оптовой торговли в том, что она более гибко и оперативно удовлетворяет спрос потребителя на ту или иную продукцию. Но возможно это только в том случае, когда у организации будет необходимое количество запасов.

Оптимизация запасов в оптовой торговле возможна различными путями:

- мелкооптовые и оптовые магазины;
- поставка заказной продукции по транзиту;

- комиссионные магазины;
- прямые связи поставок.

Оптовая торговля имеет возможность осуществлять контроль за денежно-кредитным обращением, здесь для нормального функционирования системы, необходимо такое условие, как соответствие платежеспособного спроса потребителей реальным ценностям, которые находятся в обращении. Оптовую торговлю по праву можно считать лучшим механизмом, с помощью которого можно определять текущий спрос на ту или иную продукцию. С изменениями ситуации на рынке необходимо этот механизм улучшать, расширять и модернизировать, чтобы система не давала сбой и показывала действительно точный результат. Необходимо строить хорошие торговые помещения, склады, которые будут оснащены новейшей техникой и оборудованием.

Следует также отметить, что предприятия оптовой торговли развиваются более динамично в сравнении с другими крупными производственными предприятиями. Соответственно, с одной стороны, время внедрения новой системы оптимизации запасов должно быть минимальным, но, с другой стороны, система должна обладать потенциалом для расширения функциональных возможностей в будущем. Поэтому на современных оптовых предприятиях используется новейшее компьютеризованное торговое оборудование, которое позволяет ускорять все процессы, связанные с оптимизацией запасов. Но даже с такой развитой техникой часто возникают различные препятствия. На оптовых торговых предприятиях большая номенклатура товаров, поэтому в момент оптимизации управления запасами часто могут возникать проблемы, поскольку оптимизировать управление запасами каждого из нескольких тысяч наименований почти невозможно [7].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что оптовая торговля является одной из более подходящих систем для осуществления оптимизации управления запасами на предприятии. А эффективность такой деятельности зависит от использования достижений НТП, своевременной замене оборудования и грамотной логистики.

Проанализировав роль и значимость оптовой торговли в оптимизации управления запасами, было выявлено, что сфера оптовой торговли является одной из наиболее гибких систем, ей проще всего реагировать на изменение спроса. Для того, чтобы качественно и точно оценивать спрос, для дальнейшей оптимизации запасов, необходимо использовать все имеющиеся ресурсы и обеспечивать непрерывность процесса управления на предприятии.

Логистические процессы, направленные на оптимизацию запасов должны осуществляться в соответствии с возникающими ситуациями. Если быстро и грамотно реагировать на изменения, происходящие на рынке, то это позволит вывести предприятие на высший уровень его конкурентоспособности.

Также важно то, что для наиболее быстрой реакции и оптимизации запасов в организации оптовой торговли необходимо использовать достижения НТП. Так как это позволяет обновлять технику и технологии, оснащать производство более качественными и улучшенными машинами и оборудованием.

## Список использованной литературы

1. Аникин Б.А. Логистика : учеб. пособие / Б.А. Аникин. — М. : Инфра-М, 2002. — 368 с.
2. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле / М.И. Баканов. — М. : Экономика, 2013. — 352 с.
3. Баронов В.В. Автоматизация управления предприятием / В.В Баронов и др. — М. : Инфра-М, 2000.
4. Бродецкий Г.Л. Управление запасами / Г.Л. Бродецкий. — М. : Эксмо, 2010. — 400 с.
5. Волгин В.В. Склад : практ. пособие / В. В. Волгин. — М. : Дашков и К°, 2000.
6. Данилова С.Ю. Оптимизация уровня запасов производства с целью повышения конкурентоспособности предприятия с непрерывным циклом производства / С.Ю. Данилова // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. — 2013. — № 2 (28). — С. 47–52.
7. Егоркина Е.Ю. Оптимизация процесса управления запасами на предприятиях оптовой торговли [Электронный ресурс] / Е.Ю. Егоркина, С.Ю. Данилова // Молодой ученый. — 2016. — № 16. — С. 157–160. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/120/33260>.
8. Саркисов С.В. Управление логистикой : учеб. пособие / С.В. Саркисов. — М. : ЗАО «Бизнесшкола «ИнтелСинтез», 2001.

## Информация об авторах

*Овченкова Мария Владимировна* — бакалавр, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [mari.ovchenkova@bk.ru](mailto:mari.ovchenkova@bk.ru).

*Константинова Лиля Файтуловна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [keppd@mail.ru](mailto:keppd@mail.ru).

## Authors

*Ovchenkova Maria Vladimirovna* — Bachelor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [mari.ovchenkova@bk.ru](mailto:mari.ovchenkova@bk.ru).

*Konstantinova Liya Faytulovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [keppd@mail.ru](mailto:keppd@mail.ru).

**АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЯСОСОДЕРЖАЩЕГО СУФЛЕ  
ДЛЯ ДИЕТИЧЕСКОГО ПИТАНИЯ ЛЮДЕЙ В СВЯЗИ С РОСТОМ  
ГАСТРОЭНТЕРОЛОГИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ**

Обосновывается актуальность применения нового продукта для питания людей с гастроэнтерологическими заболеваниями — мясосодержашего суфле из мяса птицы. Суфле мясосодержашее относится к птицеперерабатывающей и мясной промышленности. Обусловливается актуальность работы в данной отрасли и по данному направлению. Установлена четкая цель и путь реализации нового продукта. Предоставляется оптимальная рецептура продукта. Авторы приводят полный ответ на вопрос об актуальности введения мясосодержашего суфле.

*Ключевые слова:* мясо; птица; суфле; сливки; шпинат; манная крупа; яйца; гастрит; заболевание; человек; питание; продукт.

**Y.M. Korshunova, S.G. Koltovskaya, K.D. Ivanov**

**URGENCY OF USING MEAT-CONTAINING BREAFT FOR DIETARY  
NUTRITION OF PEOPLE IN CONNECTION WITH THE GROWTH  
OF GASTROENTEROLOGICAL DISEASES**

The relevance of the use of a new product for the nutrition of people with gastroenterological diseases — meat-containing soufflé from poultry meat is substantiated. Souffle meat-containing belongs to the poultry processing and meat industry. The relevance of work in this industry and in this area is conditioned. Established a clear goal and the way to implement a new product. Provides optimal formulation of the product. The author gives a complete answer to the question about the relevance of the introduction of meat-containing soufflé.

*Keywords:* meat; poultry; soufflé; cream; spinach; semolina; eggs; gastritis; disease; human; food; product.

В наше время половина населения Земли страдает гастроэнтерологическими заболеваниями, и их число продолжает расти. По статистике, около 80–90 % городского населения страдает различными заболеваниями пищеварительной системы [3]. Самая опасная при этом форма гастрита, которая относится к предраковому состоянию, наблюдается у людей моложе 30 лет в 5 % случаев, у пациентов в возрасте от 31 до 50 лет — в 30 % случаев, у пациентов старше 50 лет — в 50–70 % случаев [1]. В наши дни чрезвычайно трудно встретить человека, который ни разу в жизни не столкнулся с проблемами желудочно-кишечного тракта. Причиной этому можно назвать не идеальное питание, неправильный режим питания и его нарушение, употребление трудноперевариваемой и недоброкачественной пищи, недостаточное пережевывание и переедание, злоупотребление острыми блюдами. Желудочный сок пагубно влияет на желудок из-за длительных перерывов в еде. Он взаимодействует не с пищей, а со слизистой пустого желудка и вызывает раздражение впоследствии, которое приводит к воспалительным процессам. По статистике, одним из самых распространенных заболеваний является гастрит,

причем его острая форма. Гастрит — воспаление слизистой оболочки желудка. Согласно статистике, гастритом страдает 50 % взрослого населения, а среди детей школьного возраста эта болезнь находится на втором месте после сколиоза. Если гастрит не лечить, то это может привести к серьезным проблемам [4].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что главной причиной возникновения данного заболевания является неправильное питание людей. Именно поэтому разработанное и описываемое далее мясосодержащее суфле как нельзя, кстати, подойдет больному человеку для диетического питания при повышенной кислотности желудка. Также суфле может питаться и здоровый человек, чтобы предотвратить болезнь.

Суфле имеет ряд преимуществ, как для питания людей с гастроэнтерологическими заболеваниями, так и для здоровых людей:

Куриное филе – это белое мясо грудки курицы, очищенное от хрящей, кожи и костей. Это самое диетическое мясо из всей курицы, потому что содержится наименьшее количество жира и пищевых волокон. Калорийность продукта на 100 г продукта составляет 110 ккал. Так же к полезным свойствам куриного филе можно отнести легкую усвояемость животного белка, необходимого мышцам и всему организму в целом для строительства клеток. Продукт содержит витамины группы В, особенно много В2, а также железо, поддерживающее высокий уровень гемоглобина в крови. В курином филе небольшое содержание жиров, поэтому продукт отлично подходит для диетического питания людей с гастроэнтерологическими заболеваниями.

Также пищевую ценность продукта повышает добавление куриного бульона полученного при варке филе грудки в фарш. В бульоне содержатся водорастворимые вещества, ценные белки (в виде полипептидов, свободных аминокислот, водорастворимых витаминов), повышающие пищевую ценность продукта.

По содержанию белков шпинат превосходит все овощи. Введение шпината позволяет обогатить суфле витаминами А, С и Е, кальцием, железом, магнием, антиоксидантами и фолиевой кислотой. Рекомендуются для диетического питания людей с гастроэнтерологическими заболеваниями, также шпинат очень хорошо усваивается.

Чтобы продукт был не только полезным, но еще и вкусным в суфле добавляются соус, который придает ему необыкновенный нежный, сливочный вкус, а заодно способствуют быстрому перевариванию и легкому усвоению в своем составе сливки содержат большое количество групп витаминов: А, РР, А (РЭ), бета-каротин, В1, В5, В2, В6, В12, В9, Е (ТЭ), С, Н, D, холин и химические элементы, представленные кальцием, натрием, магнием, калием, хлором, фосфором, цинком, железом, йодом, селеном, медью, фтором, марганцем, молибденом и кобальтом.

Для того чтобы соус был густым, в него добавляют манную крупу. Ее отличительной чертой является свойство перевариваться и всасываться в нижнем отделе кишечника, не раздражая его стенки, это важно для тех, кто страдает гастроэнтерологическими заболеваниями. В составе продукта имеются витамины В1, В2, В6, Е, Н и РР, а также нужные минеральные вещества: калий, кальций, магний, железо, кобальт, фосфор и натрий, крахмалы. Клетчатки в манной крупе немного, поэтому она идеально подходит для диетического питания.

Чтобы связывать влагу добавляют яйца. Их часто включают в лечебные диеты, потому что в химическом составе яйца куриного больше десяти основных витаминов–холин, витамины группы В (В1, В2, В6, В9, В12), А, С, D, Е, К, Н и РР, а также практически вся таблица химических элементов Менделеева– магний, цинк, селен, медь калий, кальций и марганец, железо, хлор и сера, йод, хром, фтор, молибден, бор и ванадий, олово и титан, кремний, алюминий, кобальт и никель, фосфор и натрий.

Результаты исследований показали, что суфле из куриного филе прекрасно подойдет для людей страдающих заболеваниями органов пищеварения, так же обладает высокой биологической ценностью.

Для выявления наиболее оптимального состава разработанного продукта были приготовлены и протестированы пять модифицированных рецептур, представленные в табл. 1.

Таблица 1

### Модифицированные рецептуры мясосодержащего суфле

Компонент, входящий в состав суфле	Вариант состава продукта, масс. %				
	1	2	3	4	5
Филе грудки куриное	50	45	53	40	55
Яйцо	14	14	7	10	14
Соус	22	25	20	17	20
Шпинат	7	7	7	5	7
Бульон	Остальное				

Приготовленные по указанной рецептуре и технологии суфле оценивались по следующим органолептическим показателям: вкус, аромат, консистенция. Результаты оценочного исследования представлены в табл. 2.

Таблица 2

### Результаты органолептической оценки мясосодержащего суфле

Показатель	Вариант состава продукта				
	1	2	3	4	5
Вкус	Сливочный	Излишне сливочный	Приятно сливочный	Низко ощущаемый сливочный	Сливочный
Аромат	Сливочный	Излишне сливочный	Приятно сливочный	Не ощущается	Сливочный
Консистенция	Монолитная, держит форму	Жидкая, не держит форму	Крошливая	Не держит форму	Монолитная, держит форму

В результате проведенного исследования каждый вариант продукта получил свою органолептическую оценку по пятибалльной шкале. Оценки представлены в табл. 3.

**Оценки модифицированных рецептов мясосодержащего суфле**

Оценка	Вариант состава продукта				
	1	2	3	4	5
Балл	5,0	4,5	4,5	4,0	5,0

Варианты приготовления суфле № 1 и № 5 имеют наивысшие оценки, однако во втором случае используется большее количество куриного филе, что является нецелесообразным.

В результате проведенного опыта установлено, что наиболее оптимальным составом суфле из филе куриной грудки является вариант №. В продукт входят следующие компоненты, масс, %:

- филе грудки куриное — 50;
- яйцо — 14;
- соус — 22;
- шпинат — 7;
- бульон — остальное.

Выбранный вариант имеет оптимальные параметры предварительной и ферментативной обработки, сбалансированную по биологическим показателям рецептуру. Приготовленное по указанной рецептуре и технологии суфле имеет приятный сливочный вкус и аромат, монолитную консистенцию и держит форму суфле. Предложенный способ получения суфле позволяет сократить сырьевые расходы, обогатить продукт значительной долей свободных аминокислот, обогатить продукт минеральными веществами и витаминами, повысить диетические свойства, улучшить функциональные и органолептические показатели, расширить ассортимент [2].

**Список использованной литературы**

1. Минушкин О.Н. Хронический гастрит / О.Н. Минушкин, И.В. Зверков // Лечащий врач. — 2003. — № 5.
2. Патиева С.В. Патент РФ № 2645924, 28.02.2018. Способ получения мясосодержащего суфле / С.В. Патиева, Я.М. Коршунова.
3. Серов В.В. Клиническая морфология алкоголизма / В.В. Серов, С.П. Лебедев // Архив патологии. — 1985. — Т. 16, № 8. — С. 13–14.
4. Тулиева М.С. Особенности питания людей с заболеваниями желудочно-кишечного тракта [Электронный ресурс] / М.С. Тулиева, А.С. Раинская // Молодой ученый. — 2015. — № 6.3. — С. 55–57. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/86/16493>.

**Информация об авторах**

*Коршунова Яна Михайловна* — магистрант, кафедра технологии хранения и переработки животноводческой продукции, Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар; e-mail: Yana.Korshunova.4959@gmail.com.

*Колтовская Софья Германовна* — студент, кафедра биофизики биохимии и биотехнологии, Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар; e-mail: s.bolgarina98@mail.ru.

*Иванов Кирилл Денисович* — студент, кафедра биофизики биохимии и биотехнологии, Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар; e-mail: kirill971348@mail.ru.

### **Authors**

*Korshunova Yana Mikhailovna* — Master's student, Chair of Technology of Storage and Processing of livestock products, Kuban State Agrarian University, Krasnodar; e-mail: Yana.Korshunova.4959@gmail.com.

*Koltovskaya Sofia Germanovna* — Student, Chair of Biophysics, Biochemistry and Biotechnology, Kuban State Agrarian University, Krasnodar; e-mail: s.bolgarina98@mail.ru.

*Ivanov Kirill Denisovich* — Student, Chair of Biophysics, Biochemistry and Biotechnology, Kuban State Agrarian University, Krasnodar; e-mail: kirill971348@mail.ru.

## **АГРОБИЗНЕС: ГИДРОПОНИКА В МАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ**

В данной работе рассматривается роль предприятий и субъектов малого предпринимательства сельскохозяйственной сферы в обеспечении продовольственной безопасности региона. Обозначаются проблемы, с которыми сталкиваются крупные и малые хозяйства при производстве сельскохозяйственной продукции и деятельности в целом. Авторы приводят возможности использования технологий гидропоники в рамках малого бизнеса. В качестве примера рассматривается проект создания агрофирмы, определяются ее ключевые направления деятельности, описывается структура бизнес-процессов. Исследователи производят прогнозирование и оценку рентабельности, представляют экономическое обоснование подобного проекта.

*Ключевые слова:* агробизнес; малое предпринимательство; гидропоника; сельское хозяйство; продовольственная безопасность; импортозамещение; потребление овощей.

**P.M. Dashkevich, Zh.S. Kulizhskaya**

## **AGRIBUSINESS: HYDROPONICS IN SMALL ENTREPRENEURSHIP**

In the article authors consider the role of agricultural small businesses in ensuring food security in the region. The authors identify the problems of large and small enterprises in the production of agricultural products and their activities in General, give the possibilities of using hydroponics technologies in small businesses. As an example, they consider the project of creating an agricultural firm, determine its key activities, and describe the structure of business processes. The researchers make a prediction and assessment of business activity, provide economic justification for such a project.

*Keywords:* agribusiness; small business; hydroponics; agriculture; ensuring food security; import substitution; consumption of vegetables.

Изменяющаяся конъюнктура отечественных рынков на фоне непростых политических отношений, санкций и торговых эмбарго создает новые вызовы бизнесу. Перед многими крупными предприятиями встает вопрос пересмотра стратегий развития, от изменения характера деятельности вплоть до ухода с рынков.

Наиболее подверженными риску в такой ситуации становятся субъекты малого предпринимательства. Государственная политика, направленная на поддержку малого бизнеса, реализуется по многим направлениям: в финансовой, имущественной, информационной, консультативной сферах. Однако, несмотря на внушительные субсидии, выделяемые на эти цели, часто такая поддержка оказывается малоэффективной [2].

Вместе с этим политическое давление со стороны ряда стран поднимает проблему продовольственной защищенности государства, способности местного бизнеса обеспечить население продуктами собственного производства. Данная

проблема стала импульсом для развития импортозамещения и применения новых мер поддержки отечественного бизнеса, в частности малого предпринимательства.

По итогам Всероссийской сельскохозяйственной переписи 2016 г. сельскохозяйственным производством в Иркутской области занимаются 193 крупных сельскохозяйственные организации, из них 128 малых предприятия. Также насчитывается 2 483 крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей.

Несмотря на большое количество сельхозпредприятий, они не обеспечивают требуемый уровень продовольственной безопасности области. В табл. 1 приведены данные Министерства сельского хозяйства Иркутской области об уровне продовольственной безопасности области.

Таблица 1

### Продовольственная безопасность Иркутской области

Категория		Год				
		2012	2013	2014	2015	2016
Мясо и мясопродукты	Производство на душу населения, кг	40	40	41	43	43
	Потребление на душу населения, кг	69	70	70	68	68
	Уровень самообеспечения, %	57,7	57,6	59,3	63,0	63,0
Молоко и молокопродукты	Производство на душу населения, кг	186	189	193	191	188
	Потребление на душу населения, кг	202	199	200	197	193
	Уровень самообеспечения, %	81,7	84,5	86,4	86,8	86,9
Яйца и яйцопродукты	Производство на душу населения, кг	384	388	402	412	413
	Потребление на душу населения, кг	213	219	224	230	232
	Уровень самообеспечения, %	164,8	160,2	160,7	162,1	161,5
Картофель	Производство на душу населения, кг	2 255	237	248	229	252
	Потребление на душу населения, кг	125	125	127	126	126
	Уровень самообеспечения, %	98,2	92,7	97,1	94,1	104,7
Овощи	Производство на душу населения, кг	65	661	63	62	64
	Потребление на душу населения, кг	84	83	84	85	86
	Уровень самообеспечения, %	71,2	68,1	69,7	67,8	70,6

Наиболее уязвимыми категориями являются «овощи» и «мясо и мясопродукты». Местные производители не могут обеспечить население в достаточном количестве доступными, качественными, а также безопасными продуктами данных категорий. Это подчеркивает необходимость развития имеющихся предприятий и создания новых, способных в короткие сроки производить сельскохозяйственную продукцию. В данной работе будут рассмотрены финансово-организационные аспекты производства растениеводческой продукции.

В последнее время растет интерес населения к потреблению натуральных экологически чистых продуктов, в том числе и рамках ведения здорового образа жизни. Согласно исследованиям, экологически чистая еда пользуется все большей популярностью во всем мире. В ходе исследования, проведенного NeoAnalytics, выяснилось, что в 2016 г. объем рынка органических продуктов составил 5,1 млрд р. и увеличился за год на 6,3 % [3].

Экобизнес в России появился сравнительно недавно. Тем не менее, в настоящее время наблюдается активное развитие этого направления. Доля органических продуктов питания в общей структуре российского рынка здорового питания в 2016 г. составила 44 %, при этом доля импортных органических продуктов на российском рынке составляет около 80–85 %, что в рамках импортозамещения должно быть изменено кардинально.

По материалам РБК, основными факторами, влияющими на развитие рынка, становится популяризация здорового образа жизни и употребление экологически чистых продуктов питания, недоверие к генетически-модифицированным продуктам, страх перед возможными последствиями их потребления и др.

Министерством здравоохранения РФ в 2016 г. были утверждены рекомендации по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания, согласно которым в год человек должен потреблять до 140 кг овощей. Заметим, что в Иркутской области объем потребления овощей только на две трети соответствует рекомендуемому (86 кг на человека в год).

На основе данных норм потребления и демографических показателей, можно рассчитать, что жители области в год потребляют 206,9 тыс. т овощей вместо положенных 336,9 тыс. т. Местные производители обеспечивают всего 70,6 % потребления и лишь 45,7 % от рекомендованной нормы.

Возникший дефицит овощей восполняется импортной продукцией, поставляемой из Китая и Казахстана. Данная продукция отличается от местной относительно дешевой, при этом она вызывает вопросы по качеству и безопасности.

Наиболее крупными и значимыми представителями растениеводческой отрасли в Иркутской области являются СХ ПАО «Белореченское», ООО «Агросмоленское», ОАО «Искра», АО «Тепличное» г. Ангарск, АО «Агрофирма Ангара» г. Усть-Илимск, ООО «Агрофирма Ангара Братск». Эти предприятия давно ведут сельскохозяйственную деятельность, сформировали региональный овощной рынок, некоторые из них участвовали в программах государственной поддержки.

Следует учитывать, что Иркутская область относится к зоне рискованного земледелия. Климатические условия не позволяют заниматься сельским хозяйством и выращивать овощные культуры в открытом грунте в течение всего года.

Поэтому в зимнее время овощи выращиваются в теплицах. Главный недостаток такого способа кроется в больших расходах на содержание и обогрев площадей, что приводит к увеличению себестоимости конечной продукции. В результате местная продукция не может конкурировать по цене с более дешевой импортной, произведенной в более благоприятных сельскохозяйственных зонах. Решением данной проблемы в нашем регионе может стать технология производства, сочетающая в себе высокую производительность при относительно низких затратах, такая как гидропоника.

Гидропонный метод выращивания основан на обеспечении оптимальных искусственных условий произрастания растений в беспочвенной среде. Сущность технологии заключается в том, что овощи выращиваются в субстрате с периодической подачей воды и питательных растворов к каждому растению. В последнее десятилетие гидропоника получила широкое распространение во всем мире. Причина кроется в меньших рисках производственных потерь и убытков и низких физических затратах по сравнению с обычным растениеводством [4].

Гидропоника, по сравнению с традиционными технологиями, имеет ряд преимуществ. Данный способ позволяет рационально использовать площади. Под строительство гидропонных установок можно использовать несельскохозяйственные площади, а сами установки можно поднять ввысь в виде многоуровневых теплиц. В результате предприятие не нуждается в большом земельном ресурсе, под производство так же подойдут имеющиеся тепличные сооружения. В практике есть примеры, когда установки располагаются в подвальных и производственных помещениях, где обеспечивается достаточное искусственное освещение, влажность и температура окружающей среды. Данный способ производства малозатратен. Основными ресурсами для производства, не учитывая оборудование, служат вода с питательным субстратом, электрическая и тепловая энергия, семена растений.

Преимуществом гидропонного способа выращивания растений является снижение затрат труда на производство единицы продукции, так как ряд процессов механизирован и автоматизирован (питание, регулирование климата в теплицах и т.д.). Это дает возможность уменьшить количество работающих в теплицах, не уменьшая объем валового производства овощей.

В гидропонных теплицах получают более высокий и ранний урожай, значительно снижаются расходы на удобрения и ядохимикаты по сравнению с их использованием в почвенных теплицах, что положительно влияет на себестоимость продукции, которая в гидропонных теплицах ниже более чем на 20 % [5].

В Иркутской области гидропонику используют только на одном крупном предприятии, расположенном в г. Усть-Илимск. Агрофирма выращивает свежую зелень, которую реализует через сети розничной торговли. И раз данная ниша не заполнена, представляется логичным скорое наполнение этой сферы предпринимателями.

Выращивание зелени, как способ заработка — перспективное направление, особенно для мелкого бизнеса. На площадках бесплатных объявлений можно

найти множество предложений о продаже пера зеленого лука, укропа и петрушки. В основном это частные хозяйства, не располагающие специальными площадями, предлагающие не широкий ассортимент.

Включая во внимание данный факт, авторами рассматривается перспектива создания и реализации проекта агрофирмы в г. Иркутске, применяющей технологии гидропоники для производства зелени, преимущественно пряных трав.

Зелень и пряные травы всегда пользуются популярностью, но по причине сложных местных климатических условий их доступность ограничена, особенно в зимне-весенний период. Гидропоника позволяет выращивать широкий ассортимент пряных трав, который не представлен на региональном рынке.

Продукция будет реализовываться в свежем виде. Преимущество свежей зелени перед сушеной в том, что некоторые растения просто невозможно употреблять в сушеном виде, например, тот же салат. Что касается пряностей, считается, что свежие травы больше раскрывают вкус блюда. Кроме того, свежие растения богаты минералами и витаминами.

Отличительная особенность предлагаемой продукции в том, что растение продается не в срезанном виде, а вместе с горшком, в котором оно выращивалось. Это позволяет дольше сохранить свежесть зелени и ее внешнюю привлекательность.

В целом данный проект может быть нацелен как на аудиторию из сферы бизнеса, так и на индивидуального потребителя. Потребителями могут стать сети общественного питания, рестораны, кафе, местные жители города, приобретающие продукцию через розничные сети и рынки.

Для реализации проекта необходимы инвестиции в размере 1,5 млн р., которые направляются на приобретения оборудования, закупку сырья и материалов, оплату первоначальных вложений в подготовку и организацию производственного процесса.

Запуск процесса производства начинается с пуска гидропонных установок и высадки первой партии. Далее закладываются последующие циклы. Постепенное введение объемов необходимо для обеспечения непрерывности производства. Технологический процесс изображен на рис. 1.

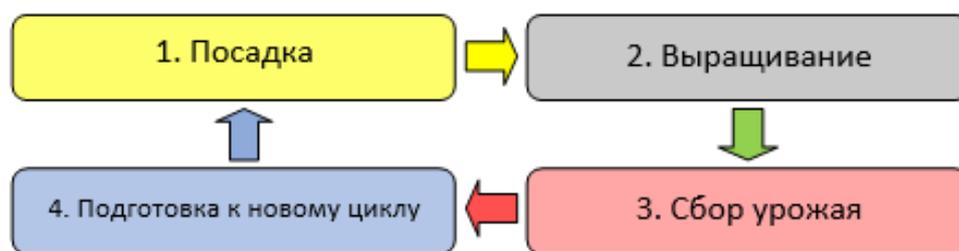


Рис. 1. Технологический цикл производства

После окончания роста и сбора, готовая продукция должна пройти проверку безопасности и качества. Контроль качества производится на каждом этапе технологического цикла. Каждая партия проверяется на соответствие ГОСТ и нормам СанПиНа, после чего переходит на следующий бизнес-этап. Общая

схема бизнес-процесса продемонстрирована на рис. 2. Деятельность фирмы может быть обеспечена силами шести человек.



Рис. 2. Структура бизнес-процессов

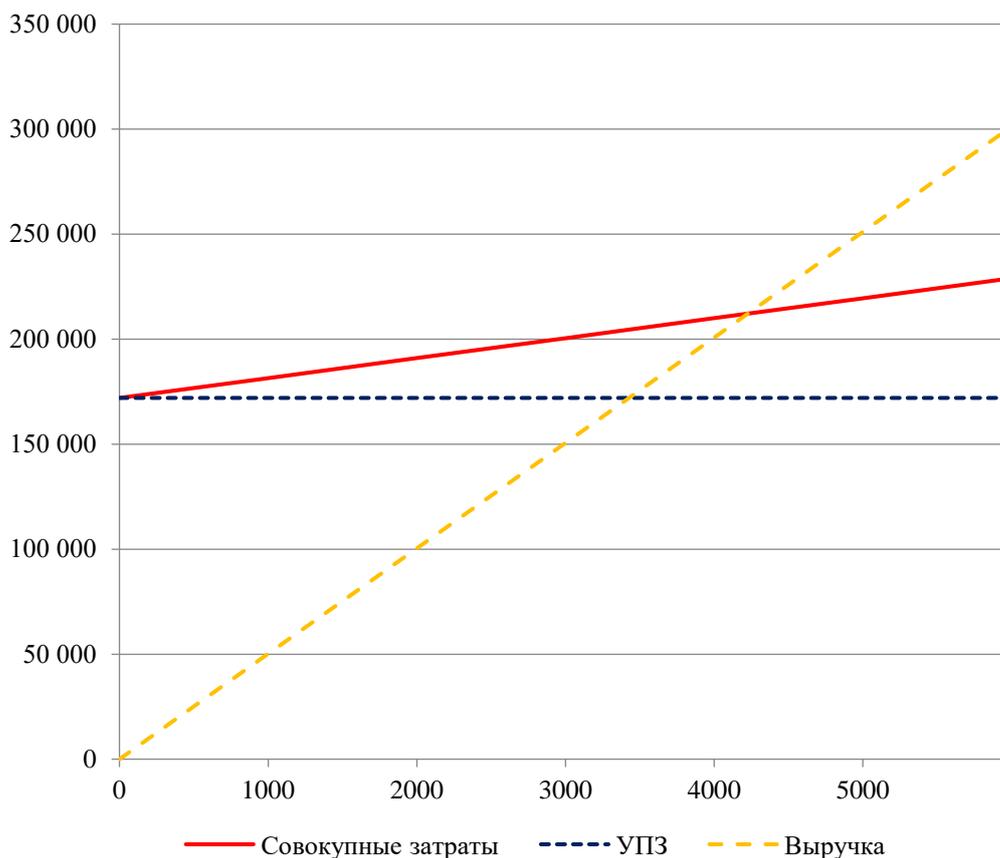
В табл. 2 представлены прогнозируемый уровень рентабельности предприятия. Объем производства рассчитывается исходя из производственных мощностей используемых гидропонных установок. В нашем случае мощность исчисляется в горшках, так как горшок занимает одно посадочное место. В среднем вес продукции с одного горшка равен 60–80 г в зависимости от вида выращиваемой культуры. Прибыль после первого года работы составит более 1,5 млн р.

Таблица 2

### Прогноз показателей рентабельности фирмы

Показатель	Первый год	Второй год	Третий год
1. Объем продаж, горшки	85 811	90 828	90 828
2. Цена единицы продукции, р.	49,7	96,5	96,5
3. Доходы от продаж, р.	4 264 954	4 499 469	4 499 469
4. Себестоимость реализованной продукции, р.	2 618 697	2 618 697	2 618 697
5. Прибыль от реализации продукции, р.	1 646 257	1 880 772	1 880 772
6. Налог на прибыль, р.	104 971	112 846	112 846
7. Чистая прибыль, тыс. р.	1 541 286	1 767 926	1 767 926
8. Рентабельность продукции, %	62,87	71,82	71,82
9. Рентабельность продаж, %	38,60	41,80	41,80
10. Рентабельность инвестиций, %	102,75	117,86	117,86

На основе предполагаемых объемов производства можно построить график безубыточности (рис. 3).



*Рис. 3. График точки безубыточности производства специй по технологии гидропоники*

Безубыточность предприятия обеспечивается реализацией более 60 % (более 4 100 горшков) производимой продукции при стабильном спросе с учетом сезонных ценовых колебаний. Запас финансовой прочности достаточно большой, что позволит данному малому предприятию остаться в зоне прибыли уже в первый год работы. Большую часть в структуре себестоимости занимают постоянные издержки, связанные с оплатой труда работников, маркетинговыми мероприятиями и расходами на содержание производства. В данных позициях предпринимателям необходимо принимать в дальнейшем оптимизационные решения, особенно в случае выхода на данную технологию и рынок сразу нескольких предприятий.

В целом гидропоника имеет большой потенциал для сельского хозяйства, как с целью обеспечения населения доступными и качественными продуктами питания, так и с целью производства кормов в животноводстве. Существует достаточно способов использования данной технологии, что открывает новые возможности для предпринимательства. Несложность и относительно невысокая стоимость делает гидропонику доступной для разных субъектов хозяйствования, что позволит обеспечить в какой-то степени продовольственную безопасность региона и его экологическую составляющую.

## Список использованной литературы

1. Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания [Электронный ресурс] : приказ М-ва здравоохранения РФ от 19 авг. 2016 г. № 614 // СПС «КонсультантПлюс».

2. Александров П.А. Эффективность мероприятий по государственной поддержке малого и среднего предпринимательства в России / П.А. Александров // Вестник ТвГУ. Сер. «Экономика и управление». — 2016. — № 4. — С. 40–44.

3. Анализ российского рынка органических продуктов: итоги 2016 г., прогноз до 2019 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/10068>.

4. Байдова Н.В. Эффективность выращивания овощных культур с использованием малообъемной гидропоники / Н.В. Байдова // Материально-техническое обеспечение учреждений уголовно-исполнительной системы: современное состояние и перспективы развития : сб. материалов Всерос. науч.-практ. круглого стола, Рязань, 14 дек. 2016 г. / под общ. ред. Р.В. Фокина. — Рязань, 2017. — С. 77 — 74.

5. Бочкарев Я.В. Современное состояние и пути совершенствования выращивания овощей в защищенном грунте / Я.В. Бочкарев, Н.В. Целикина // Сборник научных трудов аспирантов, соискателей и сотрудников РГСХА имени проф. П.А. Костычева. — Рязань, 2001. — С. 104–106.

## Информация об авторах

*Дашкевич Павел Михайлович* — студент, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [pavel.dashkevich@mail.ru](mailto:pavel.dashkevich@mail.ru).

*Кулижская Жанна Сергеевна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [zhkulizhskaya@gmail.com](mailto:zhkulizhskaya@gmail.com).

## Authors

*Dashkevich Pavel Mikhailovich* — Student, Chair of Management, Marketing and Service, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [pavel.dashkevich@mail.ru](mailto:pavel.dashkevich@mail.ru).

*Kulizhskaya Zhanna Sergeevna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Finance and Financial Institutions, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [zhkulizhskaya@gmail.com](mailto:zhkulizhskaya@gmail.com).

## РЕАЛИЗАЦИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВАРИАНТОВ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящее время в условиях снижения доходности сельскохозяйственных организаций рассматривается возможность получения прибыли от инновационной деятельности, которая была бы выше, чем от других видов деятельности. Планирование прибыли, определение ее оптимального размера с учетом всех возможных вариантов событий, которые могут произойти в современных условиях, ориентирует предприятия на увеличение объема производства, снижение затрат, определение цен на свою продукцию. В статье рассматриваются альтернативные варианты инновационного проекта по производству рапса на основе анализа безубыточности с учетом планируемого уровня прибыли.

*Ключевые слова:* сельское хозяйство; безубыточный объем продаж; затраты; цена.

М.Ф. Tyapkina

## REALIZATION OF ALTERNATIVE VARIANTS OF INNOVATIVE PROJECT OF AGRICULTURAL ORGANIZATION

Currently, in the face of declining profitability of agricultural organizations, the possibility of making a profit from innovation activity, which would be higher than from other activities, is being considered. Profit planning, determining its optimal size, taking into account all possible options for events that may occur in modern conditions, orients enterprises to increase production, reduce costs, and determine prices for their products. The article discusses alternative options for an innovative project for the production of rapeseed based on a break-even analysis, taking into account the planned level of profit.

*Keywords:* agriculture; break-even sales; costs; price.

Возможности получения прибыли от инновационной деятельности, которая была бы выше, чем от других видов деятельности является еще одним фактором, стимулирующим инновационную активность. Необходимо отметить, что в настоящее время в условиях снижения доходности сельскохозяйственных организаций все чаще обуславливает получение высокой нормы прибыли за счет внедрения инноваций. Министерство сельского хозяйства Иркутской области взаимодействует с инновационной инфраструктурой региона (научные центры, семеноводческие и племенные организации, центры сертификации, технопарки, гарантийные фонды и т.д.) и вместе с сельскохозяйственными организациями разрабатывают и принимают инновационные проекты при государственной поддержке в рамках экономически значимых проектов для региона. К разработанному проекту кроме стандартных критериев оценки внедряемых проектов предъявляется дополнительный — использование технологий последних поколений.

Инновационный проект — комплекс направленных на достижение экономического эффекта мероприятий по осуществлению инноваций, в том числе по коммерциализации научных и (или) научно-технических результатов [1].

В Иркутской области за последние годы наблюдается устойчивый интерес к рапсу. Рапс производился в стране ранее и в основном на кормовые цели в качестве зеленой массы. В настоящее время рапс сегодня остается одной из самых востребованных масличных культур как на российском, так и на мировом рынке. Наибольшие площади посевов имеют такие страны как Канада — 7 990 тыс. га, Китай — 7 615 тыс. га, Индия — 5 762 тыс. га, Австралия — 2 357 тыс. га, Франция — 1 551 тыс. га, Германия — 1 326 тыс. га, Россия — 978 тыс. га.

Спрос на семена рапса, рапсовое масло и рапсовый шрот продолжает расти. В Европе развивается переработка рапсового масла на производство биодизеля как энергоносителя (объемы увеличиваются ежегодно и к 2020 г. должны достигнуть 10 %) [5]. Речь идет о новом перспективном направлении широкого использования рапса как биосырья для пополнения энергоресурсов. Учитывая высокую экологичность, топливо из рапса можно использовать для машин, работающих в сельском хозяйстве, городском и водном транспорте. Также рапсовый шрот используется в производстве кормов, как белковая и энергетическая составляющие.

Экологическое состояние окружающей среды, в частности, установлено, что 1 га посевов культуры выделяет почти 10,6 млн л кислорода. По этому показателю культура занимает второе место после сахарной свеклы — 15 млн л [5]. Рапс улучшает структуру почвы и удобряет ее благодаря развитой корневой системе. Для решения проблемы дефицита белка в настоящее время предлагается увеличить использование рапса и продуктов его переработки.

Рост посевных площадей рапса в Иркутской области с 2009–2017 гг. увеличился в 3 раза и составил 13 тыс. га, что связано с возросшим спросом на масло-семена рапса. Наибольший рост посевных площадей рапса наблюдается в Аларском, Нукутском, Черемховском, Куйтунском и Заларинском районах.

Наибольшие посевные площади рапса составили в 2017 г. СХПАО «Белореченское» — 2 000 га, ООО «СХ Наследие» 1 929 га, СХАО «Приморский» — 1 849 га, ИП «Глава КФХ Копытов А.Д.» — 1 450 га, ООО «Парижское», ИП «Глава КФХ Павлов Э.Н.», ИП «Глава КФХ Тугарин В.А.», ИП «Глава КФХ Воздвиженская А.Е.», ИП «Глава КФХ Свистунов Е.С.» по 500 га, СПК «Тыретский» — 487 га.

Такие хозяйства как ООО «им. П.С. Балтахинова», ООО «Авангард», СХПАО «Белореченское» полностью весь произведенный рапс использовали внутри предприятия на кормовые цели. Самую высокую рентабельность получили такие хозяйства, как ООО «Парижское» — 273 %, ООО «СХ Наследие» — 81 %, ООО «Урожай» — 59 %, ОПХ «Элита» — 51 %. Данные хозяйства заключили договоры на поставку масло-семян в Китай и Иркутский масложиркомбинат.

Министерством сельского хозяйства Иркутской области планируется к 2020 г. увеличить производство рапса до 200 тыс. т. В 2016 г. в регионе был проведен отбор инновационных проектов в рамках экономически значимых проектов, направленных на развитие отраслей сельского хозяйства Иркутской области,

куда вошли 119 проектов, в том числе шесть проектов по производству рапса, четыре из которых профинансированы из бюджета.

ООО «Парижское» Тулунского района приняло к реализации инновационный проект в 2017 г., выполнило план по производству рапса. Так, посевные площади составили 500 га с урожайностью 15,03 ц/га. В 2018 г. на площади 700 га планируется высеять суперэлиту, приобретенную в ООО «Урожай» по цене 50 р. за 1 кг. К 2020 г. хозяйство нарастит посевные площади до 1 100 га, или в 2,2 раза, что позволит получить не менее 2 310 т рапса. Хозяйство реализует весь рапс в Китай через ООО «Спецброкер». Реализация инновационного проекта позволит хозяйству ввести дополнительное направление в отрасли растениеводства — выращивание семян рапса, оптимизировать севообороты, более эффективно использовать землю, производить рентабельную и востребованную продукцию, а современная техника и оборудование улучшит качество проведения технологических операций по выращиванию сельскохозяйственных культур (табл. 1).

Таблица 1

**Плановые показатели производства рапса в ООО «Парижское» до 2020 г. в рамках экономически значимых проектов**

Показатель	Год					2020 г. к 2017 г., %
	2017		2018	2019	2020	
	План	Факт				
Площадь, га	500	500	700	900	1 100	2,2 раза
Урожайность рапса, ц/га	15,00	15,03	17,00	19,00	21,00	140
Валовой сбор рапса, т	750	752	1 190	1 710	2 310	3,1 раза

Важнейшим инструментом управления предприятием является планирование прибыли, определение ее оптимального размера с учетом всех возможных вариантов событий, которые могут произойти в современных условиях: изменение предпочтений покупателей, инфляционные процессы, рост цен на сырье, изменение ставок налогов, структурные сдвиги в экономике. Стремление к получению прибыли ориентирует предприятия на увеличение объема производства, снижение затрат, определение цен на свою продукцию.

Метод на основе анализа безубыточности позволяет установить на свой товар цены на таком уровне, который обеспечивал бы ей получение желаемого объема прибыли [2, с. 510]. В классическом понимании точка безубыточности — объем продаж, которого надо добиться при анализируемом (или заданном) уровне цены, чтобы убытки предприятия были нулевыми [3; 4]. Предприятия, производящие продукцию, планируют получения прибыли и для них важно знать все возможные варианты событий, которые могут повлиять на изменение этой величины. Для ООО «Парижское» были разработаны альтернативные варианты инновационного проекта по производству рапса, как будет изменяться безубыточный объем продаж, выручка и затраты при изменении цены и затрат с учетом планируемого уровня прибыли.

Безубыточный объем продаж в натуральном выражении определяет по формуле

$$БОП = \frac{ПЗ}{Ц - ПерЗ}, \quad (1)$$

где *БОП* — безубыточный объем производства (продаж), шт.; *Ц* — цена на продукцию, р.; *ПерЗ* — переменные затраты, р.; *ПЗ* — постоянные затраты, тыс. р.

Величина минимального прироста продаж, необходимого для сохранения прежней общей суммы выигрыша после изменения цены [3, с. 99], рассчитывается с помощью следующей формулы:

$$БППо = \frac{-\Delta Ц}{УВ + \Delta Ц} * 100, \quad (2)$$

где *БППо* — безубыточный прирост продаж в результате изменения цены, %;  $\Delta Ц$  — изменение цены; *УД* — удельный выигрыш.

Величина удельного выигрыша рассчитывается по формуле

$$УВ = Ц - ПерЗ. \quad (3)$$

Изменения объема продаж без изменения прироста прибыли, если произойдет снижение (увеличение) цены и переменных затрат:

$$БППо = \frac{-(\Delta Ц - \Delta ПП)}{УВо + (\Delta Ц - \Delta ПП)} * 100, \quad (4)$$

где *БППо* — величина безубыточного прироста продаж, %; *УВо* — прежняя абсолютная величина удельного выигрыша;  $\Delta ПерЗ$  — изменение величины переменных затрат.

Безубыточный прирост продаж в натуральном выражении определяется по формуле

$$БППа = \frac{-\Delta УВ}{УВ_1} * S_o + \frac{\Delta ПЗ}{УВ_1}, \quad (5)$$

где *БППа* и *БРРр* — безубыточное изменение объема продаж соответственно в абсолютном и относительном выражении; *S<sub>o</sub>* — начальный объем продаж;  $\Delta УВ_0$ , *УВ<sub>1</sub>* — соответственно изменение величины и новая величина удельного абсолютного выигрыша [3, с. 105].

Изменение объема реализации рапса в ООО «Парижское» рассмотрим при следующих альтернативных вариантах: изменениях цены, изменениях цен и переменных затрат, изменениях цен и постоянных затрат при условии, что прибыль от реализации не измениться и составит не менее 1 млрд р. (табл. 2).

Таблица 2

**Альтернативные варианты безубыточного объема продаж рапса при изменениях цен и затрат с учетом планируемого уровня прибыли в ООО «Парижское» за 2017 г., т**

Процент изменения	Безубыточный объем продаж при изменении цены	Безубыточный объем продаж при изменении цены и переменных затрат	Безубыточный объем продаж при изменении цены и постоянных затрат
-5	321	315	339
-4	316	312	334
-3	312	309	330
-2	308	306	326
-1	304	303	322
0	300	300	300
1	296	297	314
2	292	294	310
3	289	291	307
4	285	288	303
5	282	285	300

Безубыточный объем продаж при заданном уровне прибыли составил 300 т для ООО «Парижское». Увеличение безубыточного объема при снижении цены на -1 % (см. табл. 2) составило 1,3 %, на -5 % — 6,9 %, при снижении цены и переменных затрат на -1 % составило 1 %, на -5 % — 5,1 %, при снижении цены и постоянных затрат на -1 % составило 7,3 %, на -5 % — 13 %. Снижение безубыточного объема при увеличении цены на +1 % составило 1,3 %, на +5 % — 6 %, при увеличении цены и переменных затрат на +1 % составило 1 %, на +5 % — 4,9 %. При увеличении цены и постоянных затрат на +1 % произошло увеличение безубыточного объема 4,7 %, на +5 % снижение на 0,1 % (табл. 3).

При изменении предпочтений покупателей на внешнем рынке ООО «Парижское» может снизить (увеличить) цену, находясь в планируемом объеме прибыли. У нас это 3,8 млн р. Так, при снижении цены на -1 % (см. табл. 3) безубыточный объем продаж составит 304 т, на -5 % — 321 т, выручка увеличится на 1,5 %, переменные затраты на весь объем — на 6,7 %, но объем планируемой прибыли останется прежним — 3,8 млн р. При увеличении цены на +1 % безубыточный объем продаж составит 296 т, на +5 % — 282 т, выручка снизится на 1,4 %, переменные затраты на весь объем — на 6,1 %, но объем планируемой прибыли останется прежним — 3,8 млн р.

Таблица 3

**Расчет безубыточного объема рапса при изменении цены с учетом планируемого уровня прибыли в ООО «Парижское» за 2017 г.**

Показатель	Изменение цены, %										
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Безубыточный объем продаж, т	321	316	312	308	304	300	296	292	289	285	282
Цена реализации за 1 т продукции, тыс. р.	16,4	16,6	16,7	16,9	17,1	17,2	17,4	17,6	17,8	17,9	18,1

Показатель	Изменение цены, %										
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Выручка, тыс. р.	5 250	5 234	5 218	5 202	5 187	5 172	5 158	5 144	5 130	5 116	5 103
Удельные переменные затраты за 1 т, тыс. р.	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80
Переменные затраты всего, тыс. р.	1 216	1 200	1 184	1 168	1 153	1 139	1 124	1 110	1 096	1 083	1 070
Постоянные затраты, всего, тыс. р.	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242
Прибыль от реализации, тыс. р.	3 792	3 792	3 792	3 792	3 792	3 791	3 792	3 792	3 792	3 792	3 792

На финансовый результат влияет не только цена и объем, но и затраты. Снижение затрат на производство и реализацию продукции — это внутривладельческий резерв, при интенсивных технологиях, когда все процессы максимально автоматизированы, механизированы, очень сложно добиться даже незначительных изменений. Так, при снижении цены и переменных затрат (стоимость семенного материала, удобрения, заработная плата работников, электроэнергия, ГСМ, ядохимикаты) на -1 % (табл. 4) безубыточный объем продаж составит 303 т, на -5 % — 315 т, выручка и переменные затраты увеличатся на весь объем на 1,5 и 6,8 % соответственно, но объем планируемой прибыли останется прежним — 3,8 млн р. При увеличении цены и переменных затрат на +1 % безубыточный объем продаж составит 297 т, на +5 % — 285 т, выручка и переменные затраты снизятся на 1 и 4 % соответственно, объем планируемой прибыли останется прежним — 3,8 млн р.

Таблица 4

**Расчет безубыточного объема продаж рапса при изменении цены и переменных затрат с учетом планируемого уровня прибыли в ООО «Парижское» за 2017 г.**

Показатель	Изменение цены и переменных затрат, %										
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Безубыточный объем продаж, т	315	312	309	306	303	300	297	294	291	288	285
Цена реализации за тонну продукции, тыс. р.	16,4	16,6	16,7	16,9	17,1	17,2	17,4	17,6	17,8	17,9	18,1
Выручка, тыс. р.	5 250	5 234	5 218	5 202	5 187	5 172	5 158	5 144	5 130	5 116	5 103
Удельные переменные затраты за 1 т, тыс. р.	3,6	3,6	3,7	3,7	3,8	3,80	3,8	3,9	3,9	3,9	4,0
Переменные затраты, всего, тыс. р.	1 216	1 200	1 184	1 168	1 153	1 139	1 124	1 110	1 096	1 083	1 070
Постоянные затраты, всего, тыс. р.	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242

Показатель	Изменение цены и переменных затрат, %											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	
Прибыль от реализации, тыс. р.	3 792	3 792	3 792	3 792	3 792	3 791	3 792	3 792	3 792	3 792	3 792	3 792

Когда влиять на переменные затраты становится практически невозможно, при неблагоприятной конъюнктуре товарного рынка политика предприятия должна быть нацелена на экономию постоянных затрат (зарплата управленцев, проценты по кредиту, электроэнергия (часть), аренда), но необходимо отметить, что они в меньшей степени поддаются быстрому изменению. Так, при снижении цены и постоянных затрат на -1% (см. табл. 4) безубыточный объем продаж составит 322 т, на -5 % — 339 т, выручка увеличится на весь объем на 1,5 %, но объем планируемой прибыли останется прежним — 3,8 млн р. При увеличении цены и постоянных затрат на +1 % безубыточный объем продаж составит 314 т, на +5 % — 300 т, выручка снизится также незначительно на 1,3 %, объем планируемой прибыли останется прежним — 3,8 млн р.

Таблица 5

**Расчет безубыточного объема продаж рапса при изменении цены и постоянных затрат с учетом планируемого уровня прибыли в ООО «Парижское» за 2017 г.**

Показатель	Изменение цены и постоянных затрат, %										
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Безубыточный объем продаж, т	339	334	330	326	322	300	314	310	307	303	300
Цена реализации за 1 т продукции, тыс. р.	16,4	16,6	16,7	16,9	17,1	17,2	17,4	17,6	17,8	17,9	18,1
Выручка, тыс. р.	5 250	5 234	5 218	5 202	5 187	5 172	5 158	5 144	5 130	5 116	5 103
Удельные переменные затраты за 1 т, тыс. р.	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80
Переменные затраты, всего, тыс. р.	1 216	1 200	1 184	1 168	1 153	1 139	1 124	1 110	1 096	1 083	1 070
Постоянные затраты, всего, тыс. р.	230	233	235	238	240	242	245	247	250	252	255
Прибыль от реализации, тыс. р.	3 803	3 801	3 798	3 796	3 794	3 791	3 789	3 786	3 784	3 781	3 779

Таким образом, планирование прибыли от инновационной деятельности, определение ее оптимального размера с учетом всех возможных вариантов событий, которые могут произойти в условиях снижения рентабельности, перенасыщения рынка, заполнения продукцией с низкими ценами и порождаемой же-

сточайшей ценовой конкуренцией, является необходимым условием при реализации инноваций сельскохозяйственной организацией. Использование анализа безубыточности позволяет планировать необходимый объем прибыли для сельскохозяйственной организации с учетом всех возможных вариантов событий от изменения цены до изменения затрат.

### Список использованной литературы

1. О науке и государственной научно-технической политике [Электронный ресурс] : федер. закон от 23.08.1996 г. № 127-ФЗ : (ред. от 02.11.2013 г.) // СПС «КонсультантПлюс».

2. Бакальская Е.В. Затратный метод ценообразования [Электронный ресурс] / Е.В. Байкальская, К.Ю. Китайкина // Аллея Науки. — 2017. — № 16. — Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_32351511\\_95911385.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_32351511_95911385.pdf).

3. Липсиц И.В. Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие / И.В. Липсиц. — М. : Юрайт, 2011. — 399 с. — Режим доступа: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/lib/data/access/ram/ticket/62/1539656591352bb6bbfa13dbfcad5f702f7f734c98/978-5-9916-0815-2.pdf>.

4. Тяпкина М.Ф. Ценообразование как необходимое условия расширенного воспроизводства в сельском хозяйстве [Электронный ресурс] / М.Ф. Тяпкина, В.В. Врублевская. — Иркутск : Изд-во ИрГАУ, 2015. — 130 с. — Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_28881506\\_13439767.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_28881506_13439767.pdf).

5. Тяпкина М.Ф. Перспективы развития производства рапса в Иркутской области [Электронный ресурс] / М.Ф. Тяпкина, Н.Г. Жилкина // Климат, экология, сельское хозяйство Евразии : материалы VII междунар. науч.-практ. конф. (24–26 мая 2018 г.). — Иркутск : Изд-во Иркут. ГАУ, 2018. — С. 37–46. — Режим доступа: [http://irsau.ru/structure/science/materialy/%D0%9A%D0%BB%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82,%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F,%20%D1%81%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5%20%D1%85%D0%BE%D0%B7%D1%8F%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%95%D0%B2%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%B8%20\(24-26%20%D0%BC%D0%B0%D1%8F\).pdf](http://irsau.ru/structure/science/materialy/%D0%9A%D0%BB%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82,%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F,%20%D1%81%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5%20%D1%85%D0%BE%D0%B7%D1%8F%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%95%D0%B2%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%B8%20(24-26%20%D0%BC%D0%B0%D1%8F).pdf).

### Информация об авторе

*Тяпкина Мария Федоровна* — кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой финансов, бухгалтерского учета и анализа, Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, пос. Молодежный; e-mail: [mft74@mail.ru](mailto:mft74@mail.ru).

### Author

*Tyapkina Maria Fedorovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Head of the department of finance, accounting and analysis, Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Ezhevsky, Molodezhnyy; e-mail: [mft74@mail.ru](mailto:mft74@mail.ru).

# ДРУГИЕ ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 338

Н.А. Брянская

## АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

В статье сформулированы основные направления анализа товарного ассортимента предприятий и предлагается методика анализа ассортимента продукции, включающая три этапа: анализ и оценка уровня удовлетворения потребностей потребителей; анализ выполнения плана по ассортименту; анализ влияния ассортимента на результаты деятельности организации. Для оценки уровня удовлетворения потребностей потребителя в статье предлагается метод экспертной оценки. Оценка проводится с помощью коэффициентов оценки удовлетворения потребностей потребителя товарным ассортиментом. Предложенные в работе аналитические таблицы, позволяют оценить удовлетворение потребностей потребителей ассортиментом и влияние ассортимента на конечные результаты деятельности предприятия.

*Ключевые слова:* товарный ассортимент; ассортиментная политика; этапы анализа ассортимента; экспертные методы анализа ассортимента; табличные методы анализа ассортимента; коэффициент удовлетворения потребностей потребителей.

N.A. Bryanskaya

## PRODUCT ASSORTMENT ANALYSIS AS AN IMPORTANT COMPONENT IN INDUSTRIAL ENTREPRENEURSHIP

The article formulates the main directions of analysis of the product range of enterprises and offers a method of analysis of the product range, which includes three stages: analysis and evaluation of the level of customer satisfaction; analysis of the implementation of the plan for the range; analysis of the impact of the range on the results of the organization. To assess the level of customer satisfaction, the article proposes a method of expert evaluation. The assessment is carried out by means of coefficients of an assessment of satisfaction of needs of the consumer the commodity range. The analytical tables offered in work, allow to estimate satisfaction of needs of consumers by the range and influence of the range on final results of activity of the enterprise.

*Keywords:* product assortment; assortment policy; the stages of analysis of the assortment of expert methods of analysis of the assortment; tabular methods of analysis of the range; the coefficient meet the needs of consumers.

Задача данного научного исследования заключается в систематизации процедур анализа ассортимента и определении его роли в системе управления производственной программой.

Следует отметить, что в литературе недостаточно внимания уделяется анализу выполнения плановых заданий по ассортименту, несмотря на то, что структурные сдвиги в составе продукции влияют на такие важные показатели, как производительность труда, себестоимость, прибыль, а также на показатели эффективности производства [1; 2; 4; 6].

В процессе анализа товарного ассортимента [3], выделяют такие характеристики, как широта и глубина ассортимента. Широта ассортимента определяется количеством товарных групп. Глубина ассортимента определяется количеством видов и разновидностей товаров внутри каждой группы.

Группировка продукции видам представлена в общероссийском классификаторе продукции (ОКП).

Например, изделия швейные имеют код 850000. Запись в классификаторе с кодом 850000 содержит девять уточняющих кодов:

- 850136 куртки спортивные утепленные детские;
- 851000 одежда верхняя;
- 852000 изделия костюмные;
- 853000 изделия плательные;
- 854000 изделия бельевые и одеяла;
- 855000 одежда форменная;
- 856000 головные уборы;
- 857000 изделия рабочие и специального назначения;
- 859000 изделия швейные прочие.

В аналитической литературе [5] анализ ассортимента продукции сводится к расчету коэффициента выполнения плана по ассортименту. Для этих целей предлагают использовать коэффициент выполнения плана по ассортименту, который рассчитывается путем деления общего фактического выпуска продукции, зачтенного в выполнение плана по ассортименту, на общий плановый выпуск продукции. Продукция, изготовленная сверх плана или не предусмотренная планом, не засчитывается в выполнение плана по ассортименту. Если хотя бы по одной позиции план не выполнен, то общий план по ассортименту не выполнен.

Такой подход не показывает полную картину работы предприятия с ассортиментом продукции.

В статье предлагается методика анализа ассортимента продукции, включающая три этапа:

1. Анализ и оценка уровня удовлетворения потребностей потребителей.
2. Анализ выполнения плана по ассортименту.
3. Анализ влияния ассортимента на результаты деятельности организации.

В качестве основных методов анализа факторов, влияющих на решение о покупке и потреблении, используются: опрос, наблюдение, эксперимент. Таким образом, для оценки уровня удовлетворения потребностей потребителя предлагается метод экспертной оценки. При использовании этого метода большое значение имеет состав показателей (вопросов) опроса. В рассматриваемой методике предлагается проводить вопрос по основным показателям, характеризующим качество продукции.

Для анализа и оценки соответствия швейного изделия предпочтениям потребителей можно использовать показатели, представленные в табл. 1. Уровень удовлетворения потребностей потребителей предлагается оценивать по формуле (1).

Таблица 1

**Оценка удовлетворения потребностей потребителей по швейному изделию**

Показатели качества продукции	Диапазон $i$ -й оценки	Фактическая оценка потребителя
1. Соответствие изделия размерной и возрастной группе человека	0–4	3
2. Соответствие изделия сезону, сфере применения и условиям эксплуатации	0–4	4
3. Соответствие применяемых материалов, отделок и фурнитуры назначению изделия	0–4	2
4. Прочность соединения деталей, даН/см	0–4	3
5. Удобство в движении	0–5	4
6. Внешний вид и внутренняя отделка	0–5	4
Сумма оценок	26	20

В качестве обобщающего показателя оценки удовлетворения потребностей потребителей, по конкретному изделию, предлагается коэффициент оценки удовлетворения потребностей потребителя ( $K_i^{on}$ ):

$$K_i^{on} = \frac{\sum_{i=0}^n O_i^{\phi}}{\sum_{i=0}^n O_i^{\max}}, \quad (1)$$

где  $\sum_{i=0}^n O_i^{\phi}$  — сумма оценок потребителя,  $\sum_{i=0}^n O_i^{\max}$  — максимальная сумма оценок.

Чем выше значение коэффициента оценки потребностей потребителей, тем ближе к максимальному удовлетворение потребностей потребителей по данному виду изделия.

В нашем примере

$$K_i^{on} = \frac{20}{26} = 0,77.$$

Потребности потребителя по исследуемому изделию удовлетворены на 77 %.

По данной методике следует оценивать всю номенклатуру изделий организации.

Для комплексной оценки удовлетворения потребностей потребителей по всей номенклатуре изделий предлагается использовать комплексный коэффициент оценки удовлетворения потребностей потребителей ( $K_{\text{ком.п.}}^{on}$ ), который можно определить по формуле (2):

$$K_{\text{ком.п.}}^{\text{оп}} = K_1^{\text{оп}} * K_2^{\text{оп}} * \dots * K_n^{\text{оп}} \quad (2)$$

Коэффициент комплексной оценки удовлетворения потребностей потребителей определяется как произведение коэффициентов оценки удовлетворения потребностей потребителей по каждому виду изделий.

На следующем этапе необходимо провести анализ и оценку влияния ассортимента на результаты деятельности организации.

Для этой цели предлагаем использовать аналитические таблицы 2–4.

Таблица 2

**Анализ влияния ассортимента  
на результаты деятельности организации, тыс. р.**

Наименование изделий	Выручка плановая		Валовая прибыль плановая		Рентабельность продукции плановая
	Сумма	Удельный вес, %	Сумма	Удельный вес, %	
Изделие 1					
Изделие 2					
Изделие 3					
Изделие 4					
.....					
Изделие <i>i</i> -е					
Итого		100		100	

Наиболее значимый ассортимент компании можно разделить на две группы: продукция, продажи которой высоки и продукция с высоким уровнем валовой прибыли (разница между объемом продаж и переменными затратами). Включение в оценку показателя «валовая прибыль» позволяет изучить ситуацию без влияния условно-постоянных затрат на результаты деятельности.

Показатель «удельный вес» дает возможность увидеть, какую долю в ассортименте составляет каждая ассортиментная группа.

Данные, приведенные в табл. 2, позволяют оценить вклад каждого изделия в плановые результаты деятельности организации.

По данным табл. 3, где приведены данные по фактическому объему выручки и валовой прибыли можно проанализировать, по каким группам в анализируемом периоде фактически происходит увеличение сбыта продукции и рост валовой прибыли. Затем следует провести сравнительный анализ объема реализованной продукции по группам ассортиментных позиций с ассортиментным перечнем товаров.

В табл. 4 представлено отклонение фактических значений удельного веса от плановых значений. Фактический ассортимент может существенно отличаться от планового ассортимента, как по объективным причинам, так и по субъективным. Задача менеджмента — выявить причины и принять соответствующие решения.

Таблица 3

**Анализ влияния планового ассортимента на результаты деятельности организации, тыс. р.**

Наименование изделий	Выручка фактическая		Валовая прибыль фактическая		Рентабельность продукции фактическая
	Сумма	Удельный вес, %	Сумма	Удельный вес, %	
Изделие 1					
Изделие 2					
Изделие 3					
Изделие 4					
.....					
Изделие <i>i</i> -е					
Итого		100		100	

Таблица 4

**Анализ влияния фактического ассортимента на результаты деятельности организации, тыс. р.**

Наименование изделий	Выручка фактическая		Валовая прибыль фактическая	
	Сумма	Удельный вес, %	Сумма	Удельный вес, %
Изделие 1				
Изделие 2				
Изделие 3				
Изделие 4				
.....				
Изделие <i>i</i> -е				
Итого		100		100

Таблица 5

**Сравнительный анализ влияния планового и фактического ассортимента на результаты деятельности организации, %**

Наименование изделий	Плановый удельный вес		Фактический удельный вес		Отклонение, процентные пункты	
	В выручке	В валовой прибыли	В выручке	В валовой прибыли	В выручке	В валовой прибыли
Изделие 1						
Изделие 2						
Изделие 3						
Изделие 4						
.....						
Изделие <i>i</i> -е						
Итого						

## Ранжирование изделий, %

Наименование изделий	Удельный вес в выручке	Удельный вес нарастающим итогом	Наименование изделий	Удельный вес в валовой прибыли	Удельный вес нарастающим итогом
Группа А			Группа А		
Изделие 2	...	...	Изделие 3	...	...
Изделие 8	...	...	Изделие 2	...	...
Изделие 9	...	...	Изделие 8	...	...
.....	...	...	.....	...	...
Изделие <i>i</i> -е	...	80	Изделие <i>j</i> -е	...	80
Группа В			Группа В		
.....	...	...	.....	...	...
Изделие <i>n</i> -е	...	15	Изделие <i>m</i> -е	...	15
Группа С			Группа С		
.....	...	...	.....	...	...
Изделие <i>k</i> -е	...	5	Изделие <i>t</i> -е	...	5

Следующий шаг — это ранжирование изделий по убыванию значений показателей и выделение трех групп изделий по методу ABC (см. табл. 6). Где группа А — это изделия, формирующие 80 % выручки или валовой прибыли, группа В — это изделия, формирующие 15 % выручки или валовой прибыли, группа С — это изделия, формирующие 5 % выручки или валовой прибыли.

Распределение изделий по группам А, В и С дает возможность специалистам принимать соответствующие решения по работе с ассортиментом.

При проведении анализа ассортимента рассмотренные методы нужно адаптировать к деятельности конкретного предприятия. Результаты анализа, оцениваются и на основании полученной информации разрабатываются предложения по оптимизации ассортиментной политики.

### Список использованной литературы

1. Беляев В.К. Условия организации хозяйственной деятельности на предприятии в сборнике / В.К. Беляев // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: новые вызовы для менеджмента компаний : материалы 3-й Всерос. конф. / под науч. ред. С.В. Чупрова, Н.Н. Даниленко. — Иркутск, 2017. — С. 29–23.

2. Захарова Е.Н. Применение экономических методов при управлении прибылью на предприятии / Е.Н. Захарова // Аюшиевские чтения. Финансово-кредитная система: опыт, проблемы, инновации : материалы междунар. науч.-практ. конф., 75-й ежегод. науч. конф. профессорско-преподават. состава и докторантов, 27-й науч. конф. аспирантов и 77-й науч. конф. студентов и магистрантов (секция фин.-экон. фак.) : в 2 т. — Иркутск, 2016. — С. 82–88.

3. Новикова Н.Г. Проблема анализа ассортимента на соответствие стратегии позиционирования торговой организации в рамках логистического подхода

к управлению ассортиментом / Н.Г. Новикова // Логистические технологии в современных моделях экономического развития : материалы междунар. науч.-практ. конф. / под ред. В.С. Колодина. — Иркутск, 2016. — С. 49–55.

4. Новикова Н.Г. Факторы, влияющие на результаты управления продажами в условиях конкуренции в сфере услуг (на примере услуг розничной торговли). / Н. Г. Новикова // *Baikal Research Journal*. — 2017. — Т. 8, № 2. — С. 19.

5. Савицкая Г.В. Экономический анализ : учеб. для вузов. — 14-е изд., перераб. и доп. / Г.В. Савицкая. — М. : Инфра-М, 2017. — 648 с.

6. Тертышник М.И. Оценка уровня использования и проблемы определения потенциальных возможностей предприятий / М.И. Тертышник // *Baikal Research Journal*. — 2017. — Т. 8, № 2. — С. 29.

### **Информация об авторе**

*Брянская Наталья Александровна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: natalya\_bryanskaya@mail.ru.

### **Author**

*Bryanskaya Natalya Aleksandrovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: natalya\_bryanskaya@mail.ru.

## ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Наибольшая доля безработных приходится на молодежь. Данная ситуация наблюдается не только в России, но и носит международный характер. Именно молодые люди чаще всего сталкиваются с трудностями при поиске работы, а во время кризиса могут быстрее остальных попасть под сокращение. Это происходит из-за небольшого рабочего стажа или недостаточной квалификации. В то же время молодежь является наиболее активной частью общества, способной легко воспринимать новшества и с наибольшей отдачей участвовать в экономике страны.

*Ключевые слова:* молодежное предпринимательство; бизнес; программа поддержки; чемпионат по предпринимательству; предприниматель.

D.V. Kachina, N.A. Bryanskaya

## MEASURES TO SUPPORT YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA

According to statistics, the largest share of the unemployed is in the youth. This situation is observed not only in Russia, but also has an international character. It is young people who most often encounter difficulties when looking for work, and during a crisis they can fall under reduction faster than others. This is due to a small working experience or insufficient qualifications. At the same time, young people are the most active part of a society that is able to easily perceive innovations and to participate most effectively in the country's economy.

*Keywords:* youth entrepreneurship; business; support program; entrepreneurship championship; entrepreneur.

В России термин «молодежное предпринимательство» впервые был использован в Постановлении Верховного Совета РФ от 03.06.1993 г. № 5090-1 «Об основных направлениях государственной молодежной политики в Российской Федерации». Распоряжение Правительства РФ определяет молодежное предпринимательство как предпринимательскую деятельность граждан в возрасте до 30 лет, а также юридических лиц, средний возраст штатных работников и руководителей не превышает 30 лет, либо в уставном капитале которых доля вкладов лиц не старше 30 лет более 75 %.

Основной целью развития молодежного предпринимательства является формирование такой региональной предпринимательской системы, которая смогла бы позволить вовлечь предпринимательскую деятельность и бизнес наибольшее количество жителей региона.

В рамках государственной поддержки молодежного предпринимательства стоят следующие задачи:

- снижение уровня безработицы среди молодежи;
- поддержка молодых людей в процессе создания и развития бизнеса;
- помощь в разработке и реализации собственных проектов;
- привлечение молодых людей к предпринимательской деятельности.

По данным исследования Федеральной службы государственной статистики можно понять, что более 75 % выпускников различных образовательных учреждений сталкиваются с трудностями в поиске работы. Основными причинами данного явления стали: отсутствие необходимого рабочего стажа и низкий уровень заработной платы. Таким образом, в 2016 г. доля молодежи до 25 лет составила 24 % от общего количества безработных. Таким образом, можно выделить несколько преимуществ и недостатков молодежного предпринимательства (табл. 1).

Таблица 1

### Преимущества и недостатки молодежного предпринимательства

Преимущества	Недостатки
<p>Возможность получить поддержку от государства (выиграть грант или получить субсидию).</p> <p>Молодые люди готовы рисковать.</p> <p>Молодежь ведет более активный образ жизни и стремится открывать новое</p>	<p>Недостаточно материальных ресурсов.</p> <p>Небольшой опыт.</p> <p>Низкий доступ к определенным ресурсам (инвестирование, кредитование).</p> <p>Неодобрительное отношение к предпринимательской деятельности со стороны семьи</p>

Чтобы в должной мере реализовывать все задачи, которые ставит перед собой государство, на территории России действует несколько программ, помогающих привлечь молодых людей к открытию собственного дела (табл. 2).

Таблица 2

### Программы, помогающие привлечь молодых людей к открытию собственного дела

Название программы	Особенности	Результаты
<p>Программа Росмолодежи «Ты — предприниматель»</p>	<p>Программа реализуется на территории РФ с 2009 г.</p> <p>Чтобы принять участие в данной программе необходимо соответствовать следующим критериям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• попадать в возрастную категорию от 14 до 30 лет;</li> <li>• проживать на территории одного из субъектов Российской Федерации.</li> </ul> <p>В рамках данной программы были выделены следующие дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• молодой бизнес России;</li> <li>• успешный старт;</li> <li>• социально ответственный бизнес;</li> <li>• школьный и студенческий бизнес;</li> <li>• инновационный бизнес.</li> </ul>	<p>Программа «Ты — предприниматель» охватила 69 субъектов РФ. Каждый год в ней принимают участие более 20 тыс. молодых предпринимателей. Ежегодно более 20 тыс. человек учатся планировать бизнес в рамках данной программы. В результате было создано более 3 500 новых предприятий и более 9 000 новых рабочих мест. Наиболее выдающимися участниками стали Субботин Иван Сергеевич и Боловленков Денис Вячеславович в 2011 г. Их компания ООО «ЭйрСистемы» занимается постройкой зданий с использованием новейших энерго-</p>

Название программы	Особенности	Результаты
	Партнерами программы выступают: Сбербанк, университет Синергия, Центр предпринимательства США-Россия, издательство «Альпина Паблишер» и многие другие крупные компании	сберегающих установок. Согласно данным ФНС от 23.10.2018 г. по ИНН 5243024901 доходы данной компании на 2017 г. составили 2 414 000 р.
Молодежный бизнес России (МБР)	<p>Большая часть людей в возрасте до 35 лет испытывают трудности в трудоустройстве. Специально для них была создана международная программа поддержки молодых начинающих предпринимателей Youth Business International (YBI). Сейчас программа действует уже в 50 странах мира. программа «Молодежный бизнес России» является частью этой сети с 2008 г. МБР дает возможность получить кредит до 300 тыс. р. и помощь в разработке бизнес плана. В рамках программы предприниматель получает наставника, который смог бы помочь в решении сложных вопросов. Причем наставник и наставляемый должны работать в разных сферах, что позволит смотреть на бизнес с разных сторон.</p> <p>Преимущества программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• возможность обучаться бесплатно;</li> <li>• финансовая поддержка;</li> <li>• помощь наставника</li> </ul>	<p>За 2017 г. 18 949 предпринимателей начали или прокачали свое дело. За время существования программы МБР более 65 тыс. человек прошли обучение и получили необходимые знания для создания или улучшения бизнеса. Выдающимся участником стал Перегудов Дмитрий Леонидович ООО «Радуга Телеком». В 2012 г. он принял участие в программе и открыл свой бизнес. Сейчас же он является одним из наставников МБР</p>
Фонд «АГАТ»	<p>Основной деятельностью фонда является консультирование молодых предпринимателей в вопросах, касающихся бизнеса. Помимо этого, фонд дает возможность создать свое дело с нуля людям в возрасте с 21 года до 35 лет.</p> <p>Преимущества:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• бесплатная помощь в составлении плана;</li> <li>• возможность получить опытного наставника;</li> <li>• возможность получения стартового капитала в объеме до 750 тыс. р. под 10 % годовых.</li> </ul> <p>Фонд не рассматривает проекты в области высоких технологий и</p>	<p>Основной деятельностью фонда является консультирование молодых предпринимателей в вопросах, касающихся бизнеса. Помимо этого, фонд дает возможность создать свое дело с нуля людям в возрасте с 21 года до 35 лет.</p> <p>Преимущества:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• бесплатная помощь в составлении плана;</li> <li>• возможность получить опытного наставника;</li> <li>• возможность получения стартового капитала в объеме до 750 тыс. р. под 10 % годовых.</li> </ul> <p>Фонд не рассматривает проекты в области высоких технологий и</p>

Название программы	Особенности	Результаты
	любых научных разработок, однако в бесплатной консультации никогда не откажет. Время участия в программе ограничено. Срок помощи наставника и полного погашения кредита составляет 2 года	любых научных разработок, однако в бесплатной консультации никогда не откажет. Время участия в программе ограничено. Срок помощи наставника и полного погашения кредита составляет 2 года
Государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика»	<p>Данная программа заслуживает отдельного внимания. Она является официальной государственной программой, стимулирующей предпринимателей. Была утверждена постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 г. № 316, а также распоряжением правительства РФ от 9.07.2016 г. № 1458-р «Об утверждении распределения субсидий, предоставляемых в 2016 г. из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на софинансирование расходных обязательств субъектов РФ, связанных с реализацией мероприятий по развитию молодежного предпринимательства».</p> <p>Задачи, которые стоят перед программой:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• создание условий для эффективного создания и ведения бизнеса;</li> <li>• стимулирование инвестирования в молодых предпринимателей;</li> <li>• повышение эффективности государственного влияния на экономические субъекты.</li> </ul> <p>Для реализации этих целей из бюджета страны было выделено 929 341 313 500 р.</p> <p>Период реализации госпрограммы: 29.03.2013 — 31.12.2020</p>	Одним из ожидаемых результатов программы было увеличение доли среднесписочных работников, вовлеченных в малые или средние предприятия в общей численности населения. В 2012 г. показатель составил 25 %, на данный момент он равен 27,1 % (по данным Государственной статистики ЕМИСС)

Таблица 3

### Достоинства и недостатки

Достоинства	Недостатки
Возможность бесплатно обучаться ведению бизнеса	Малая осведомленность среди населения информацией, касающейся данных программ
Возможность получения стартового капитала для создания нового или развития имеющегося бизнеса	Не подразумевают увеличение количества бюджетных мест в университетах экономического ориентирования

Достоинства	Недостатки
Направленность на развитие малого и среднего бизнеса. Это позволяет избежать появления предприятий, контролирующих целую отрасль бизнеса	

Помимо программ существуют чемпионаты по предпринимательству, в рамках которых молодежь может представить свой проект (табл. 4).

Таблица 4

### Чемпионаты по предпринимательству

Название чемпионата	Особенности	Результат
WorldSkills Russia	<p>Чемпионат WorldSkills впервые прошел в 1947 г. в Испании. Основной целью на тот момент являлось поднятие профессионализма рабочих. На протяжении 10 лет чемпионат проходил только на территории Испании, а позднее получил международный характер. В 2011 г. Россия по инициативе В.В. Путина становится одной из стран-участниц.</p> <p>Структура чемпионата разделена на 45 компетенций, объединенных в 6 направлений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• строительные технологии;</li> <li>• творчество и дизайн;</li> <li>• информационные и коммуникационные технологии;</li> <li>• производственные и инженерные технологии;</li> <li>• специалисты в сфере услуг.</li> <li>• спасательные работы</li> </ul>	<p>WorldSkills является международным чемпионатом. В 2015 г. Россия вошла топ-15, а в 2017 г. на чемпионате, проходящем в Абу-Даби, стала пятой. В 2019 г. Российская Федерация взяла на себя ответственность за проведение WorldSkills в Казани, в котором примут участие более 70 стран</p>
Чемпионат «Молодежная инициатива — мой бизнес Start-Up»	<p>Является одним из самых «молодых» чемпионатов, проводимых в России. Проходит в Москве с 2017 г. Целью мероприятия является помощь молодым людям в поиске идеи для бизнеса. Проходит в виде большого количества мастер-классов, после которых участниками предоставляется возможность рассказать о своих проектах, привлечь инвесторов или найти место работы</p>	<p>В 2018 г. было выделено девять победителей чемпионата по трем номинациям. Эти люди получили спонсорскую помощь в разном размере для развития своих проектов</p>

Из табл. 2 понятно, что в Российской Федерации существует несколько программ, реализующих одну цель, но использующих разные средства. Чтобы оценить их эффективность, необходимо учесть все достоинства и недостатки.

И программы, направленные на развитие бизнеса, и чемпионаты по предпринимательству имеют общую цель — увеличение числа людей, вовлеченных в предпринимательскую деятельность, но способы реализации этой цели отличаются. Для того, чтобы понять, какая мера в наибольшей степени эффективно оказывает помощь молодым предпринимателям, необходимо их сравнить и выявить преимущества каждого (табл. 5).

Таблица 5

### Преимущества чемпионатов

Фактор	Программа	Чемпионат
Для кого предназначена?	Для молодых людей, желающих открыть собственный бизнес, которые либо не имеют финансовых возможностей для этого, либо не обладают необходимыми для этого знаниями	Для молодых людей, имеющих готовый проект, который возможно реализовать, но не имеющих для этого необходимых финансовых ресурсов, либо привлечение инвесторов
Что дает участие?	Возможность бесплатно обучаться, получить льготный кредит. Возможность обращаться за консультацией	Шанс привлечения инвесторов, возможность трудоустройства, способ найти идею для создания бизнеса

Таким образом, можно понять, что главным отличием государственных программ, действующих в России от чемпионатов по предпринимательству является цель самого участника. Если человек стремится заявить о своих способностях и получить желаемую работу или получить дополнительную финансовую помощь для развития уже готового бизнеса, ему следует принимать участие в чемпионате. Если же целью участника становится создание бизнес-плана либо получение начального капитала для создания бизнеса, необходимо участвовать в программе.

Помимо государственных программ и чемпионатов по предпринимательству важным фактором, позволяющим развивать предпринимательскую деятельность в стране, являются университеты.

Традиционно перед высшими учебными заведениями стояло две задачи: обучать и развивать на базе университета научную деятельность. В современном мире для развития экономики осуществления только этих целей недостаточно. Необходимо выделить еще одну задачу — научить студента применять полученные знания для создания собственных предприятий. Такое научное направление активно набирает обороты не только в различных высших заведениях, но и в средних образовательных организациях.

Молодежное предпринимательство активно развивается не только в России. Правительство многих стран понимает преимущества развития экономики таким способом и всячески поддерживает молодых предпринимателей (табл. 6, 7).

Таблица 6

Название мероприятия	Сущность
JuniorSkills	Программа ранней профессиональной подготовки школьников, которая тесно сотрудничает с чемпионатом WorldSkills Russia. Каждый участник программы может попробовать свои силы во всевозможных профессиях и даже получить специальность
Национальный фонд по подготовке кадров (НФПК)	НФПК при поддержке департамента государственной политики в сфере высшего образования РФ провел семинар «Формирование системы предпринимательской и инновационной деятельности в опорном вузе». В семинаре участвовали руководители из 27 ведущих высших учебных заведений России. Основной целью такого мероприятия стало привлечение студентов заниматься предпринимательством. Наставники призывали сделать свой вклад в развитие экономики страны

Таблица 7

### Занятость трудоспособных граждан в малом бизнесе

Страна	Процент от общего числа граждан
Россия	21
Китай	75
США	57

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что в России достаточно высокий потенциал в развитии малого бизнеса.

Таблица 8

Страна	Инструмент	Функции
Россия	Министерство экономического развития. Гарантийные фонды	Составление и контроль выполнение программ развития. Поручительство перед кредитными организациями
Китай	Национальная комиссия по развитию и реформам (National Development and Reform Commission (NDRC)) Китайский центр по координации и кооперации бизнеса	Составление и выполнение программ развития. Создание условий для взаимодействия с зарубежными организациями
США	Администрация по делам МСП в США (АМБ, US Small Business Administration)	Защита интересов на правительственном уровне
	Центры развития предпринимательства	Обучение населения навыкам предпринимательства; поиск финансирования

Повышение процента молодежи, занятой предпринимательством, является одной из основных задач многих развивающихся стран. В таких странах на государственном уровне принимаются меры, которые способствовали бы улучшению условий для создания бизнеса. В Российской Федерации существует множество органов, которые помогают молодым людям реализовать себя в данной сфере. Чемпионаты по предпринимательству, государственные программы, поддерживающие инициативы студентов и школьников созданы, чтобы привлечь наибольшее число людей открывать перспективный бизнес. Такие способы действительно помогают улучшить экономическую ситуацию в стране. С каждым годом увеличивается число малых и средних предприятий и граждан, имеющих отношение к предпринимательству. Но, по нашему мнению, недостаточное внимание уделяется роли университетов. Мероприятия, привлекающие студентов работать на себя и создавать новые рабочие места существуют, но их достаточно мало. Помимо этого, государство выделяет не большое количество бюджетных мест университетам, обучающих предпринимателей. В совокупности факторов наблюдается достаточно низкий темп развития малого и среднего бизнеса.

### Список использованной литературы

1. Дмянова Л.Т. Предпринимательская роль университетов в современных условиях и предпосылки для ее реализации / Л.Т. Дмянова // Креативная экономика. — 2012. — Т. 6, № 9. — С. 59–65.
2. Кондрацкая Т.А. Меры поддержки малого и среднего предпринимательства в странах мира / Т.А. Кондрацкая, Е.С. Петрухина // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: новые вызовы для менеджмента компаний : материалы 3-й Всерос. конф., Иркутск, 18 мая 2017 г. — Иркутск, 2017. — С. 150–157.
3. Об основных направлениях государственной молодежной политики в Российской Федерации [Электронный ресурс] : постановление Верхов. Совета РФ от 03.06.1993 г. № 5090-1 // СПС «КонсультантПлюс».
4. Об утверждении распределения субсидий, предоставляемых в 2016 году из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на софинансирование расходных обязательств субъектов РФ, связанных с реализацией мероприятий по развитию молодежного предпринимательства [Электронный ресурс] : распоряжение Правительства РФ от 09.07.2016 г. № 1458-р // СПС «КонсультантПлюс».
5. Шестоперов О. Современные тенденции развития малого предпринимательства / О. Шестоперов // Вопросы экономики. — 2001. — № 4. — С. 65–83.
6. Гамза В.А. О системе финансирования среднего и малого предпринимательства / В.А. Гамза // Финансы и кредит. — 2004. — № 4. — С. 2–5.
7. Семеусов В. Преимущества и недостатки ведения индивидуальной предпринимательской деятельности / В. Семеусов // Экономика. Право. Менеджмент. — 2000. — Ноябрь. — дек. (№ 48). — С. 5.

### **Информация об авторах**

*Качина Диана Владимировна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: di.cachina@yandex.ru.

*Брянская Наталья Александровна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: natalya\_bryanskaya@mail.ru.

### **Authors**

*Kachina Diana Vladimirovna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: di.cachina@yandex.ru.

*Bryanskaya Natalya Aleksandrovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: natalya\_bryanskaya@mail.ru.

## УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ В ИНТЕРЕСАХ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ

В статье обозначена ключевая роль человеческого капитала в развитии предпринимательства в Брянской области, дана характеристика экономики знаний. Рассмотрены отрасли, обеспечивающие развитие человеческого капитала в регионе. Проведена оценка рисков и ресурсных возможностей Брянской области в сфере развития человеческого капитала. Проведен анализ динамики и структуры оборота малых предприятий (включая микропредприятия) в валовом региональном продукте, число малых предприятий и средняя численность работников малых предприятий в Брянской области. Определены направления развития малого бизнеса в регионе.

*Ключевые слова:* человеческий капитал; экономика знаний; регион; развитие; предпринимательство.

О.М. Mikhaleva

## HUMAN CAPITAL MANAGEMENT FOR DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE REGION

The article outlines the key role of human capital in the development of entrepreneurship in the Bryansk region, the characteristic of the knowledge economy. The branches providing development of the human capital in the region are considered. The assessment of risks and resource opportunities of the Bryansk region in the sphere of human capital development is carried out. The analysis of the dynamics and structure of turnover of small enterprises (including micro-enterprises) in the gross regional product, the number of small enterprises and the average number of employees of small enterprises in the Bryansk region. The directions of development of small business in the region.

*Keywords:* human capital; knowledge economy; region; development; entrepreneurship.

Одним из ключевых факторов роста экономики России является предпринимательство. В мировой практике предпринимательство выступает в качестве такого экономического института, который обеспечивает динамику и мобильность всей экономической системы. Ключевым фактором успешного развития предпринимательства является активизация «человеческого капитала» посредством повышения уровня предпринимательских компетенций (многоуровневого и многофункционального бизнес-образования), материального и морального стимулирования предпринимательской инициативы, создания благоприятной предпринимательской экосистемы.

В настоящее время в период восстановления отечественной экономики и обеспечения поступательного развития России важное значение имеет развитие инноваций и высоких технологий. В связи с этим стране следует обеспечить инновационную реструктуризацию отечественной экономики, перейти от экстен-

сивного к интенсивному развитию, базирующемуся на использовании накопленного человеческого капитала (экономике знаний). Экономика знаний рассматривает возможность получения доходов посредством эффективного использования человеческого капитал. Поэтому все больше внимания уделяется созданию инфраструктуры, которая позволила бы обеспечить оптимальное применение накопленных знаний, умений, навыков и компетенций в направлении развития производства и потребления.

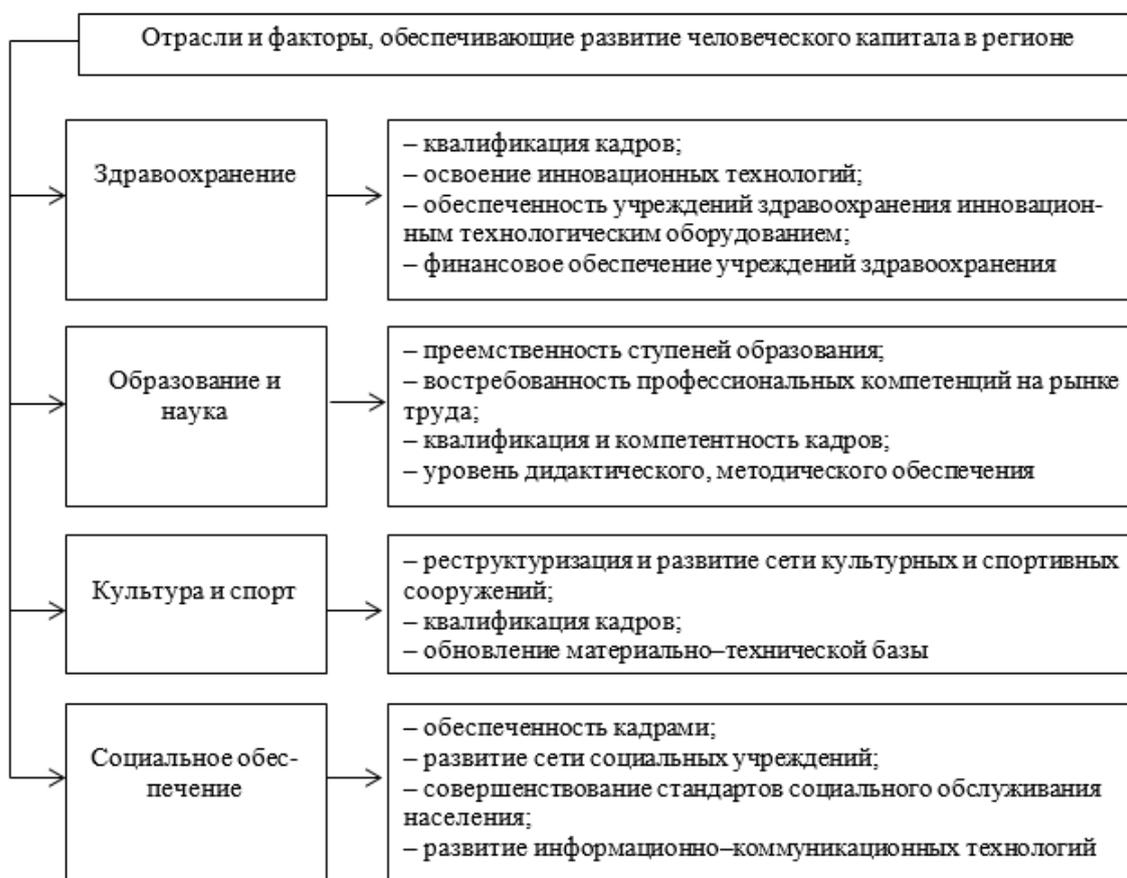
С точки зрения Ю. Хадиуллиной, экономика знаний является таким типом экономики, при котором осуществляется создание, распространение и использование знаний для обеспечения экономического роста, развития и повышения конкурентоспособности. Инновационная экономика выступает базисом экономики знаний. Переход к экономике знаний осуществляется посредством совершенствования человеческого капитала. В данном случае осуществляется использование знаний в различной форме, посредством знаний создается высокотехнологичная продукция, высококачественные услуги, продукты достижений в области образования, науки и культуры.

В экономике знаний ключевым фактором развития выступают инновационные процессы. Это подтверждается увеличением следующих показателей: мультифакторный индекс производительности труда, который отражает уровень эффективности производительного использования капитала и труда, максимальное влияние знаний, воплощенных в квалифицированной рабочей силе, и технологического прогресса. В развитых странах с помощью инновационного сектора осуществляется достижение до 80% среднегодового прироста ВВП. При решении задачи обеспечения динамического развития экономики первостепенную роль отводят инновациям, инновационной деятельности, поскольку они способны обеспечить переход на качественно новый уровень развития техники и технологий, выпуску конкурентоспособных товаров и оказания высококачественных услуг, высокорезультативному проникновению на мировые рынки продукции.

В условиях перехода Брянской области к инновационной экономике в регионе актуализируется роль человеческого капитала. Систематическое обновление науки и техники требует соответствующих компетенций и психологической готовности к принятию управленческих решений и действиям в сложных ситуациях, креативного, инициативного подхода к делу, готовность взять на себя ответственность за принимаемые в нестандартных ситуациях решения, что, в свою очередь, способствует повышению качества человеческих ресурсов.

В настоящее время отмечается возрастание роли человеческого капитала в социально-экономическом развитии Брянской области. В перспективе рост инноваций, развитие техники и технологий в экономике региона будет определяться за счет уровня профессионализма и компетентности кадров, актуальностью повышения качества жизни посредством модернизации и ускоренного развития социальной сферы, которая включает образование, науку, культуру, здравоохранение, жилищный сектор [3, с.72].

На рис. 1 представлены отрасли и факторы, способствующие развитию человеческого капитала в регионе.



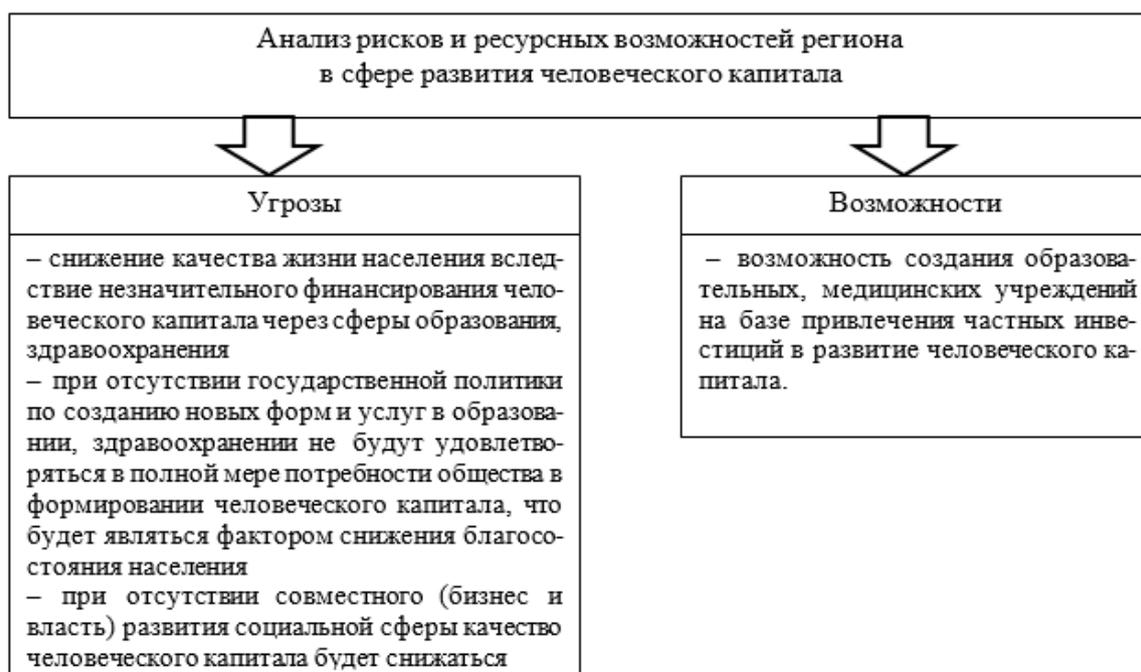
*Рис. 1. Отрасли и факторы, обеспечивающие развитие человеческого капитала в регионе*

В своих научных трудах А. Смит отводил ключевое значение образованию и считал его одним из факторов, который способствует преумножению богатства страны. С точки зрения Д. Рикардо, в качестве закономерного предмета научного экономического анализа может выступать поведение людей, продиктованное их личными мотивами, а низкие темпы и показатели экономического развития страны объяснял недостатком образования населения.

С развитием НТП наука и процесс подготовка кадров, которые ранее играли исключительно второстепенную роль по отношению к непосредственному труду, постепенно становятся ключевыми факторами развития производительных сил общества. Ключевым связующим звеном их взаимодействия является непрерывное образование.

В настоящее время в острой конкурентной среде мирового хозяйства в целях инновационного развития общества следует обеспечить устойчивый экономический рост региона и предприятий на базе знаний, умений, навыков и способностей экономически активного населения.

Проанализируем риски и ресурсные возможности Брянской области в сфере развития человеческого капитала (рис. 2).



*Рис. 2. Анализ рисков и ресурсных возможностей Брянской области в сфере развития человеческого капитала*

Основным ограничителем роста производственного и инновационного секторов экономики Брянской области в перспективе будет недостаток квалифицированных кадров, особенно инженерных и рабочих. Также сдерживающим фактором развития человеческого капитала в регионе может выступать значительное социальное неравенство, сравнительно невысокие доходы населения Брянской области, что способствует росту миграции трудоспособного населения в другие регионы страны [2, с. 93].

В качестве ключевого направления развития человеческого капитала и подготовки кадров в регионе следует рассматривать оптимизацию и диверсификацию структуры специальностей. Встает необходимость проводить оптимизацию региональной структуры учреждений. Согласно проведенному анализу состояния учреждений начального профессионального образования и особенностям территориального развития промышленности можно сделать вывод о необходимости решения проблемы дефицита образовательных учреждений в Погарском, Новозыбковском, Суземском, Клинцовском, Брянском и Клетнянском муниципальных районах. К 2025 г. в названных районах области необходимо осуществить строительство как минимум одного или двух начальных профессиональных образовательных учреждений, соответствующих современным требованиям экономики региона по качеству и организации учебного процесса [1].

Следует отметить, что стратегия Российской Федерации в области развития науки и инноваций должна быть реализована в тесной взаимосвязи со стимулированием инновационной деятельности субъектов малого предпринимательства. В мировой практике малый бизнес является тем сектором экономики, который достаточно эффективно и очень динамично развивается. Именно малыми

предприятиями больше всего осуществляются работы в сфере передовых исследований и разработок.

В качестве стратегической цели развития малого бизнеса в Брянской области выступает необходимость расширения рынка товаров и услуг в области, решение областных и муниципальных потребностей. Стабильность и устойчивость развития малого предпринимательства является ключевым инструментом развития региональной экономики.

Достижению данной стратегической цели в перспективе будет способствовать формирование в регионе инвестиционного характера развития малого предпринимательства, а также создание благоприятной конкурентной среды и условий для поддержки и развития малого бизнеса.

Проанализируем динамику и структуру оборота малых предприятий Брянской области в общем объеме валового регионального продукта.

В таблице представлены основные показатели развития малого предпринимательства (включая микропредприятия) в регионе.

#### **Динамика основных индикаторов развития малого предпринимательства (включая микропредприятия) в Брянской области [5]**

Показатель	2014	2015	2016	2017	Отклонение (2017 к 2014)	
					Относительное, %	Абсолютное, +/-
Оборот малых предприятий (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей), млн р.	174 938,3	195 572,1	180 081,6	236 777	135,3	61 838,7
Число малых предприятий, ед.	12 276	12 435	13 893	12 957	105,5	681
Численность лиц, занятых в малом бизнесе, тыс. чел.	79,688	75,374	65,897	74,073	93,0	-5,615

Согласно представленным в таблице данным, в 2017 г. число малых предприятий в Брянской области, включая микропредприятия, составило 12 957 ед. За период с 2014 по 2017 г. число организаций малого бизнеса увеличилось на 5,5 % (или 681 ед.), однако в 2017 г. по сравнению с 2016 г. количество малых предприятий уменьшилось на 6,7 % (или 936 ед.). За анализируемый период в регионе отмечается тенденция сокращения численности работников организаций малого бизнеса, включая микропредприятия. Так, в 2017 г. по сравнению с 2014 г. численность работников уменьшилась на 7 % (или 5 615 чел.), а в 2017 г. по сравнению с 2016 г. их численность увеличилась на 12,4 % (или 8 176 чел.). Средняя численность работников малых предприятий (включая микропредприятия) составила в 2017 г. 74 073 человек. Выручка от реализации товаров, работ, услуг (без суммы НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей) составила в 2017 г. 236 777 млн р. За рассматриваемый период оборот организаций малого бизнеса вырос на 35,3 %, или 61 838,7 млн р. [4].

Актуальной проблемой в развитии малого предпринимательства является проблема финансирования малого бизнеса, выражающаяся в дефиците финансовых ресурсов для инвестирования и осуществления текущей хозяйственной деятельности. Для дальнейшего развития малого бизнеса в регионе правительству Брянской области следует проводить сбалансированную политику, которая направлена на законодательную, ресурсную, инфраструктурную, кадровую и информационную поддержку малого предпринимательства.

### Список использованной литературы

1. Об утверждении стратегии социально-экономического развития Брянской области до 2025 года [Электронный ресурс] : постановление администрации Брян. обл. от 20 июня 2008 г. № 604. — Режим доступа: <http://www.bryanskobl.ru/economy-strategy-2025>.

2. Буякова И.А. Инновационная модель развития региона / И.А. Буякова, О.М. Михалева // Вестник Брянского государственного университета. — 2012. — № 3-1. — С. 92–95.

3. Михалева О. Формирование и развитие интеллектуального капитала вуза (на примере высших учебных заведений Брянской области) / О. Михалева // Кадровик. — 2013. — № 6. — С. 70–75.

4. Михалева О.М. Современное состояние и направления развития малого бизнеса в регионе / О.М. Михалева, Е.В. Вороная // Финансовая экономика. — 2018. — № 5 (ч. 11). — С. 1336–1341.

5. Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Брянской области. — Режим доступа: <http://bryansk.gks.ru>.

### Информация об авторе

*Михалева О.М.* — кандидат экономических наук, доцент Брянского государственного университета им. академика И.Г. Петровского, г. Брянск; e-mail: [michaleva130182@yandex.ru](mailto:michaleva130182@yandex.ru).

### Author

*Mikhaleva O.M.* — PhD in Economics, Associate Professor, Bryansk State Academician I.G. Petrovsky University, Russia, Bryansk; e-mail: [michaleva130182@yandex.ru](mailto:michaleva130182@yandex.ru).

## МИКРОМЕТОДЫ ВЫЯВЛЕНИЯ И ОЦЕНКИ ТЕНЕВОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ

Данная работа посвящена исследованию методических подходов к выявлению и оценке масштабов теневой предпринимательской активности на уровне микроэкономики. В статье приведена краткая характеристика специальных экономико-правовых методов, которые могут быть использованы при выявлении и оценке теневой предпринимательской активности в различных сферах деятельности. Автором сделан акцент на ключевых особенностях и специфике практического применения рассматриваемых прямых методов выявления и оценки масштабов теневой предпринимательской активности. Кроме того, приведены некоторые достоинства и недостатки исследуемых методических подходов.

*Ключевые слова:* предпринимательство; теневая экономика; противодействие теневой экономической активности; оценка теневой экономики; методы выявления теневой экономической деятельности.

D.V. Bunkovsky

## MICROMETHODS OF IDENTIFICATION AND EVALUATION OF SHADOW ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY

This article is devoted to the study of methodological approaches to identifying and assessing the scale of shadow entrepreneurial activity at the microeconomic level. The article presents a brief description of special economic and legal methods that can be used in identifying and evaluating shadow entrepreneurial activity in various fields of activity. The author focuses on the key features and specifics of the practical application of the considered direct methods of identifying and assessing the scale of shadow entrepreneurial activity. In addition, there are some advantages and disadvantages of the studied methodological approaches.

*Keywords:* entrepreneurship; shadow economy; counter-effect of shadow economic activity; assessment of the shadow economy; methods for identifying shadow economic activity.

Многоаспектность теневой экономической деятельности предполагает и разнообразие подходов и способов оценки ее проявлений, выработку соответствующих методов организации конъюнктурных, экономических, социологических и статистических исследований. Включение оценок теневой экономической деятельности в макроэкономические вычисления сталкивается с рядом сложностей. Способы оценки теневой предпринимательской активности условно можно разделить на две группы: прямые (микрометоды) и косвенные (макрометоды).

К прямым способам относят опросы при оценке масштабов теневой предпринимательской активности, методы открытой проверки и специализированные методы экономико-правового анализа.

Опросы. Оценка через опросы проводится с помощью социологических исследований. Например, анонимное углубленное интервью. При этом респондентов, участвующих в интервью, условно делят на четыре категории: «теневики»; «жертвы»; «включенные наблюдатели»; «наблюдатели со стороны».

Способы открытой проверки. Применение способов открытой проверки входит в компетенцию специально создаваемых контролирующих органов в различных сферах жизнедеятельности, выявляющих и пресекающих нарушения налогового, валютного, банковского, таможенного, антимонопольного законодательства, санитарных норм, правил торговли, пожарной безопасности и др. Оценки, полученные с применением способов открытой проверки, например, таможенной проверки, используются как в правоохранительных целях, так и в целях учета и статистики.

Способы экономико-правового анализа. Экономическая преступность имеет скрытый характер и отличается неочевидностью события преступления. Достоверная оценка доходов, полученных преступным путем, и других ключевых параметров экономического преступления становится все более сложной задачей, имеющей две черты.

Такие способы позволяют эффективно использовать узкоспециализированные экономические и бухгалтерские знания в правовой практике (в следственной и оперативно-розыскной деятельности, в гражданском и уголовном процессе).

В соответствии с целями выделяют три различных направления экономико-правового анализа, каждое из которых базируется на системе методов.

Оперативно-экономический анализ осуществляется негласно в целях выявления скрытых преступлений.

Экономико-криминологический анализ нацелен на определение причин, предпосылок и условий, способствующих совершению экономического преступления.

Экономико-криминалистический анализ направлен на поиск следов экономического преступления.

Конкретные методы экономико-правового анализа объединяются в три категории:

- метод экономического анализа;
- метод бухгалтерского анализа;
- метод документального анализа.

Метод бухгалтерского анализа заключается в комплексном исследовании контрольных функций элементов бухгалтерского учета (двойная запись, счета бухгалтерского учета, бухгалтерский баланс, оценка, инвентаризация, калькуляция, документация) с целью нахождения учетных несоответствий и каких-либо отклонений в нормальном течении финансово-хозяйственной деятельности.

Метод документального анализа состоит в ретроспективном исследовании характеризующих ход формирования бухгалтерской документации фактических обстоятельств, выражающихся в содержании учетных документов или в особенностях их внешнего оформления.

В основе метода экономического анализа лежит исследование взаимосвязей и взаимозависимостей различных финансовых и технико-экономических показателей деятельности предприятия, которые в условиях нормальной финансово-хозяйственной деятельности пребывают в сопряженном состоянии. Взаимосвязи различных показателей имеют обычно глубоко изученные характеристики и определяются взаимодействием технически, технологических, управленческих, экономических и финансовых процессов. При совершении экономического преступления взаимосвязи и взаимозависимости различных показателей нарушаются. Данные нарушения или несоответствия могут быть весьма характерными. Использование метода экономического анализа позволяет выявлять причины возникших отклонений от нормальной деятельности.

Для выявления экономических преступлений могут быть использованы различные способы обнаружения несоответствий и нарушений взаимосвязей экономических показателей. К ним относят:

- способ сопряженных сопоставлений;
- способ специальных расчетных показателей;
- способ стереотипов;
- способ корректирующих показателей.

Метод анализа чистой стоимости. Этот метод, также называемый в некоторых источниках методом оценки чистого капитала, основного капитала, является высокоэффективным при выявлении скрываемых денежных средств у налогоплательщика, скрытых доходов. Особенностью его считается то, что для обнаружения скрытых доходов нет необходимости проведения бухгалтерского учета и вычисления суммы прибыли. Он базируется на идее о том, что улучшение состояния налогоплательщика за конкретный период времени может осуществиться только за счет тех доходов, которые подлежат налогообложению, за счет доходов, не подлежащих налогообложению, и разовых финансовых поступлений, если актов использования имущества частного характера не было (подарки, удовлетворение каких-либо потребностей и т.д.).

В случае если при вычислениях установлено, что прирост размера имущества и уровень личного потребления с учетом всех отчислений и начислений превышают доходы, за которые были уплачены налоги, то это говорит о том, что прирост размера имущества не входит в декларированные доходы и, следовательно, носит нелегальный характер.

Если потребительские расходы определить документально точно невозможно, то используют прожиточный минимум и сведения о среднем уровне затрат на ведение домашнего хозяйства, которые во многих странах регулярно публикуются государственными органами статистики и собираются на базе добровольных и репрезентативных выборочных исследований домашних хозяйств.

Кроме того, среди подходов, базирующихся на проверке денежного обращения, широко применяются расчет денежного оборота и расчет кассового дефицита.

Метод расчета денежного оборота считается разновидностью метода расчета прироста имущества. Сам расчет денежного оборота обычно ограничивается анализом расходов и доходов. Существуют две формы расчета денежного

оборота: вычисление общего денежного оборота, включающего в себя и частную и производственную сферы, и вычисление денежного оборота, учитывающего только частные или только производственные денежные платежи и поступления.

Метод расчета кассового дефицита часто используется при проведении ревизии средних и малых предприятий. Важно то, что в кассы таких хозяйствующих субъектов поступают наличные денежные средства, которые учитываются в кассовой книге. В основе вычисления кассового дефицита лежит обстоятельство, при котором предприниматель не может денег выдать больше, чем их имеется в кассе предприятия. Если затраты за конкретный период времени превышают величину денежных поступлений и начальной кассовой наличности за тот же период, то это говорит о наличии кассового дефицита и может являться основанием для более глубокой проверки деятельности предприятия. При отсутствии достоверных обоснований наличия кассового дефицита можно судить о каких-либо злоупотреблениях и возможном сокрытии доходов.

При использовании метода расчета покрытия расходов сопоставляются фактически осуществленные наличные платежи с суммами денежных средств, которые обнаружены у проверяемого лица. Данный метод является упрощенной модификацией метода расчета денежного оборота. В процессе вычисления покрытия расходов учитываются и те средства, которые проверяемое лицо получает не на официальном месте работы. Такой метод может применяться в случаях, когда нет достаточных сведений об имущественном положении проверяемого лица.

Можно заметить, что приведенные методы базируются на балансовой увязке анализируемых экономических показателей.

Метод корректирующих показателей состоит в сравнении экономических показателей с характеристиками факторов внешней среды функционирования предприятия. Например, сопоставление динамики объемов производства и продаж какой-либо продукции конкретным предприятием с динамикой конъюнктуры рынка этой продукции. Требуется разъяснения, например, значительное увеличение объемов продаж продукции в условиях снижения спроса на нее. Этот метод может применяться при сопоставлении тарифов, цен, по которым продается продукция со среднерыночными.

Описанные специальные экономико-правовые способы являются необходимой, но недостаточной частью системы способов выявления теневой предпринимательской деятельности. Нельзя забывать и недооценивать специальные традиционные методы выявления и расследования преступлений. Рассмотрение данных методов проводится в рамках специализированных юридических дисциплин, таких как криминалистика, криминология, оперативно-розыскная деятельность, уголовное право, юридическая психология и т.д.

### **Список использованной литературы**

1. Буньковский Д.В. Легальные и нелегальные способы налоговой оптимизации предпринимательского проекта / Д.В. Буньковский // Вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. — 2016. — № 1. — С. 61–67.

2. Карелина А.С. Перспективные направления развития несырьевого сектора Российской экономики / А.С. Карелина, О.В. Виноградов, Н.Н. Пуляев // Управление рисками в АПК. — 2016. — № 2. — С. 10–21.

3. Колесов К.И. Анализ финансовой отчетности предприятия : учеб. пособие / К.И. Колесов, А.С. Узбекова. — Н. Новгород, 2012.

4. Наминова К.А. Финансовая поддержка малого и среднего бизнеса России / К.А. Наминова, К.С. Омадыкова // Экономика и предпринимательство. — 2017. — № 6 (83). — С. 432–435.

5. Синягина Д.В. Теневая экономика в рамках малого предпринимательства (на примере Калужской области) / Д.В. Синягина, Е.В. Губанова // Человек в XXI веке : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. преподавателей и студентов. — Обнинск, 2014. — С. 265–268.

6. Шаталов М.А. Формирование региональной системы экономической безопасности / М.А. Шаталов, В.Н. Болдырев, В.Н. Сушков // Территория науки. 2017. — № 1. — С. 151–155.

### **Информация об авторе**

*Буньковский Дмитрий Владимирович* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра философии, психологии и социально-гуманитарных дисциплин, Восточно-Сибирский институт Министерства внутренних дел Российской Федерации, г. Иркутск; e-mail: bdv611@yandex.ru.

### **Author**

*Bunkovsky Dmitry Vladimirovich* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of philosophy, psychology and social and humanitarian disciplines, East Siberian institute Ministry of Internal Affairs of Russia, Irkutsk; e-mail: bdv611@yandex.ru.

## СУЩНОСТЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ И ПРОБЛЕМА БЕЗБИЛЕТНИКОВ НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ФЕЙЕРВЕРКОВ

В статье рассмотрены сущность и определение общественных благ. Выявлены проблемы, которые могут возникать из-за появления этих благ, не имеющих рыночных цен. Приведены примеры важнейших общественных благ в современном мире. Описана проблема безбилетников.

*Ключевые слова:* общественные блага; виды благ; исключительность; конкурентность в потреблении; частные блага; общественные или же публичные блага; общие ресурсы; проблема безбилетников.

N.N. Kapustina

## THE ESSENCE OF PUBLIC BENEFITS AND THE PROBLEM OF UNCOMBODERS

The article discusses the nature and definition of public goods. Identified problems that may arise due to the emergence of these benefits that do not have market prices. Examples of the most important public goods in the modern world are given. Describes the problem of free-riders.

*Keywords:* public goods; types of goods; exclusivity; competitiveness in consumption; private goods; public (public) goods; general resources; the problem of free riders.

Общественные блага — это, например, горы и пляжи, океаны и реки. Другими словами — то, что дает нам природа. Но и это не все. Общественными благами также считаются, например, парки или места для прогулок. То есть то, что предоставляют народу власти. В любом из этих случаев потребители этих благ абсолютно безвозмездно ими пользуются. За общественные блага плата не взимается [3].

Анализируя с точки зрения экономики, общественные блага, можно сказать что это по-особенному трудно.

На современном этапе рынок распределяет очень много товаров. Здесь одним (потребителям) платят за то, что они приобретают, а другим (продавцам) платят за то, что они продают. В данном случае цены на продаваемые продукты являются сигналами, исходя из которых, продавцы и покупатели ориентируются, а также, и принимают решения. Но, следует заметить, что у бесплатных благ рыночные силы, которые распределяют экономические ресурсы, отсутствуют [2].

Существует несколько важнейших признаков товаров [3]:

1. Исключительность блага. Исключительность блага подразумевает под собой некое свойство, которое состоит в том, что какому-то конкретному индивиду можно легко помешать использовать его, если же он за него не уплатил.

2. Конкурентность в потреблении. Конкурентность в потреблении подразумевает под собой некое свойство блага, которое состоит в том, что если его использует один человек, то у другого резко снижается возможность потребления какого-либо блага.

Исходя из рисунка, можно сделать вывод, что блага подразделяются на четыре категории [3], которые отвечают на два вопроса: 1. Исключительное ли благо? 2. Конкурентоспособно ли оно в потреблении? Исходя из этого рисунка, можно увидеть примеры благ, которые можно отнести к каждой из данных категорий.

		Конкурентность в потреблении	
		Да	Нет
Исключительность	Да	<b>Частные блага</b> - рожки мороженого - одежда - перегруженные платные дороги	<b>Естественные монополии</b> - пожарная охрана - кабельное телевидение - неперегруженные платные дороги
	Нет	<b>Общие ресурсы</b> - рыба в океане - окружающая среда - перегруженные бесплатные дороги	<b>Общественные блага</b> - дамбы, защищающие от наводнений - национальная оборона - неперегруженные бесплатные дороги

*Четыре типа благ*

Частные блага являются благами исключительными, которые, в свою очередь, являются конкурентными в потреблении. Общественные (или как их еще называют публичные) блага — такие блага, которые не являются ни исключительными, ни конкурентными в потреблении.

Общие ресурсы — это такие блага, которые в свою очередь являются конкурентными в потреблении. Такие блага обычно не обладают свойством исключительности [4].

Разберем пример праздничного фейерверка, в котором можно конкретнее понять для себя отличия общественных благ от других товаров. Это благо не исключительное, так как оно безвозмездно доступно для всех [1].

Проблема безбилетников. В Испании существует некий маленький городок. Назовем его Череза. Граждане этого городка привыкли, что на один из праздников, а именно празднование Богоявления, отмечается фейерверком. Обычно это бывает 6 января. Каждый житель оценивает его любованием в €10. Издержки, связанные с праздничным салютом, составляют €1 000. Фейерверк считается эффективным для жителей этого городка, так как €5 000 выгоды превышает €1 000 издержек.

Сможет ли частный рынок обеспечить эффективный результат? Я считаю, что, скорее всего, нет. Представим, что некий предприниматель из Черезы по имени Николай решил организовывать фейерверки. У него, несомненно, появится проблема, а именно продажи билетов. Так как потребитель такого блага ясно понимают, что они могут и абсолютно бесплатно им любоваться. Именно поэтому, фейерверк не является исключительным благом.

Безбилетники, с точки зрения экономистов, это такие люди, которые избегают платы за пользование благом. При этом извлекая из него выгоду.

Фиаско рынка фейерверков можно рассмотреть и как результат воздействия экстерналий. Если Николай организует праздничную иллюминацию, то он просто обеспечит внешнюю выгоду тем людям, которые придут посмотреть на салют, не заплатив за него, т.е. другими словами — подарит его зрителям. В процессе принятия решения об организации этого салюта, Николай данные внешние выгоды не берет в расчет, он их игнорирует. Даже несмотря на то, что фейерверк желателен с точки зрения общества, он не принесет прибыль частнику, который его организует. В итоге же Николай примет решение, которое по своей сути будет являться неэффективным. Он откажется от своих намерений.

Несмотря на то, что частному рынку не удалось предложить жителем этого городка всем любимейшей салют, решение данной проблемы очевидно: спонсором празднования 12-й ночи может стать местная администрация. Городской совет может увеличить налог на недвижимость на €2 и далее использовать полученные деньги для того, чтобы нанять Элен организовать салют. Благополучие абсолютно каждого жителя маленького городка увеличится на €8 — ценность салюта €10, вычитая налог, равный €2. Николай может помочь городку только, если он достигнет наиболее эффективного конечного результата в качестве нанятого обществом лица, а в роли частника ему никак не удастся сделать этого.

В настоящее время многие местные администрации в Испании оплачивают организацию салютов. Точно так же поступают и в США при организации к празднованию 4 июля (День независимости).

Вышеописанный пример может нас подвести к итогу: проблема безбилетников мешает частному рынку предлагать общественные блага, т.к. они не являются исключительными. Данная проблема может быть решена только в следующем случае: выгоду извлекут все, если власти решат, что общие выгоды больше издержек, и они имеют полномочную возможность предоставить общественные блага, а также и оплатить их из имеющихся налоговых поступлений [3].

По мнению Н. Мэнкью и М. Тейлора, существует большое количество видов общественных благ. Ниже рассмотрим важные из них, предложенные этими авторами [3].

Национальная оборона. Самый распространенный пример общественных благ — защита страны от иностранных агрессоров. Такой пример является классическим. Когда страна находится под защитой и существует система обороны, то нельзя никоим образом воспрепятствовать какому-либо одному человеку воспользоваться выгодами национальной обороны. Из этого следует, что национальная оборона не является ни исключительным, ни конкурентным в потреблении.

Национальная оборона является одним из самых дорогих общественных благ. В 2008 г. в Великобритании данная статья расходов превысила €39 млрд и стала четвертой по величине. Первыми тремя являются системы социального обеспечения, общественное здравоохранение, а также образование. Во Франции же оборонный бюджет составляет примерно €32,5 млрд, в Германии — примерно €26 млрд, в США — огромная сумма — €502 млрд!

Фундаментальные научные исследования. Когда математик доказывает какую-либо теорему, она сразу же становится частью общей базы знаний, которой

может воспользоваться каждый, кто пожелает, совершенно бесплатно. Так как знания являются публичным благом, которое стремится максимизировать прибыль, предприятия стараются бесплатно получить созданные другими знания и в конечном счете затрачивают очень мало ресурсов для получения новых знаний [4].

Программы борьбы с бедностью. Цель большинства государственных программ — помогать бедным слоям населения.

Существуют, с точки зрения экономики, различные точки зрения в отношении роли правительства в борьбе с бедностью. Стоит отметить один нюанс: сторонники такой программы утверждают, что борьба с бедностью является публичным благом [4].

Итак, из всего вышесказанного можно сделать следующие выводы. Во-первых, существует несколько свойств всех благ — это исключительность и конкурентоспособность в потреблении. Конкурентное благо является в потреблении, если его использование каким-либо определенным человеком снижает возможности другого индивида в использовании этого же блага. Рынки лучше всего работают для частных благ, которые одновременно являются и исключительными, и конкурентными в потреблении. Для других типов благ рынки не так хорошо работают [5]. Во-вторых, общественные блага (например, такие как фейерверк-шоу или национальная оборона) не являются ни конкурентными в потреблении, ни исключительными.

### **Список использованной литературы**

1. Белоусова С.В. Общественные блага и актуальные аспекты их создания: монография / С.В. Белоусова. — Новосибирск : ЦРИС — изд-во «СИБ-ПРИНТ», 2009. — 179 с.
2. Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора / Е.Н. Жильцов, П.В. Савченко, И.А. Погосов. — М. : Инфра-М, 2010. — 762 с.
3. Мэнкью Н. Экономикс / Н. Мэнкью, М. Тэйлор. — 2-е изд. — СПб. : Питер, 2013. — 656 с.
4. Пономаренко Е.В. Экономика и финансы общественного сектора / Е.В. Пономаренко, В.А. Исаев. — М. : Инфра-М, 2010. — 425 с.
5. Шлихтер А. Общественные блага в США: распределение и финансирование / А. Шлихтер // Мировая экономика в международные отношения. — 2014. — № 5. — С. 42–52.

### **Информация об авторе**

*Капустина Наталья Николаевна* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: nnkapustina@mail.ru.

### **Author**

*Kapustina Natalia Nikolaevna* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: nnkapustina@mail.ru.

**ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО:  
СУЩНОСТЬ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ В РОССИИ**

В данной статье анализируются конъюнктура роста инновационного предпринимательства в контексте состояния нынешней институциональной среды. Представлена сущность, определение инновации и рассмотрены виды инновационного предпринимательства. Описаны поэтапные действия становления инновационного предприятия. Приведена стратегия реализации инновационного развития. Обосновывается необходимость государственного регулирования для поддержки и развития инновационной составляющей на примере России. Рассмотрены основные элементы инновационной инфраструктуры, такие как: информационное обеспечение, создание развитой сети коммуникаций, создание центров менеджмента, маркетинга и прочее. Определено важное условие инновационного развития.

*Ключевые слова:* инновационное предпринимательство; инновация; технологии; государственные органы; инновационная продукция; инновационное развитие; инновационная инфраструктура.

O.V. Gorbunova, O.A. Yushkov

**INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP: ESSENCE AND DEVELOPMENT  
CONDITIONS IN RUSSIA**

This article analyzes the conditions for the development of innovative entrepreneurship in the context of the state of the modern institutional environment. The essence, definition of innovation and the types of innovative entrepreneurship are presented. Phased actions of the formation of an innovative enterprise are described. The strategy of implementation of innovative development is given. The necessity of state regulation for the support and development of the innovation component on the example of Russia is substantiated. The main elements of the innovation infrastructure are considered, such as: information support, the creation of a developed network of communications, the creation of management centers, marketing and so on. An important condition for innovation development has been identified.

*Keywords:* innovative entrepreneurship; innovation; technology; government agencies; innovative products; innovative development; innovation infrastructure.

Национальная экономика, как целостная система, должна в своей структуре иметь инновационное предпринимательство и на него опираться. Рассматривая его, как вид производственно-хозяйственной деятельности, направленный на извлечение прибыли в условиях глобальной конкурентной среды за счет создания конкурентоспособной продукции и технологии и их распространения во всех сферах национального хозяйства. В определении инновационного предпринимательства важным составляющим является сама инновация, как объект коммерциализации, базирующийся на использовании интеллектуального продукта, обеспечивающего исключительные конкурентные преимущества.

На сайте всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) гражданам представляются данные о том, что россияне понимают под инновацией, а также как они определяют ценность инноваций в жизни государства и что думают о будущем России. Большинство россиян под инновациями подразумевают любые нововведения (27 %), а также применение новейших технологий (15 %). Меньше тех, кто думает, что это — эксплуатация прогресса науки и техники (3 %). Каждый второй (53 %) затрудняется с оценкой понятия инновация. Таким образом, ВЦИОМ определил, что чем выше степень образования у опрошенных, тем и меньше трудностей вызывает у них понятие «инновация» [6]. В проводимом всероссийском опросе участвовало 1 600 человек из 153 населенных пунктов в 46 областях, краях и республиках России. Данные предполагают статистическую неточность, которая не превышает 3,4 % [3]. Такая статистика свидетельствует о слабом представлении людей, в том числе предпринимателей, о сущности инновации, как экономической категории. И это в условиях, когда данный термин на протяжении многих лет широко используется в общественной жизни и у всех на слуху

В Федеральном законе от 23.08.1996 г. № 127-ФЗ (ред. от 13.07.2015 г.) «О науке и государственной научно-технической политике» содержится следующее определение инновации: «введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (услуга, товар), новый способ продаж или возникающий организационный подход в деловой практике, созданию рабочих мест или организации во внешних связях» [5]. Однако в этом определении не отражен уровень новизны, научно-технический компонент и экономическая целесообразность. Такое определение не отражает экономическую сущность инновации. Между тем, не имея четкого представления о сущности явления, невозможно им эффективно управлять.

Совершенно закономерно, что множество определений, характеризующих инновационное предпринимательство концентрируется на производственной составляющей (создание нового или улучшение старого продукта, новой или улучшенной технологии). Но не стоит забывать, что инновационное предпринимательство — это еще и социальная, моральная и экономическая ответственность предпринимателя за конечный результат процесса. Следует учитывать внедренческую сущность инновационного предпринимательства. Это предполагает, в первую очередь, восприимчивость предпринимательской средой научно-технических достижений и востребованность в них.

В настоящее время в современной экономической литературе выделяются три основных вида предпринимательства в инновационной сфере:

1. Инновационные технологии — это новаторство в сфере совершенствования производственного потенциала предприятия, сосредоточенное на увеличении производительности труда и высокой экономичности в части энергетических, технических, сырьевых и прочих ресурсов. Это способствует конкурентоспособности предприятия в условиях ценовой конкуренции.

2. Инновационная продукция — это продукция, удовлетворяющая ранее не удовлетворяемые (скрытые) потребности или традиционные потребности на зна-

чительно более высоком уровне. Работа в этом направлении обеспечивает конкурентоспособность предприятия за счет не ценовых факторов, плодотворное сотрудничество с уже имеющейся клиентурой, развитие рыночного сегмента, увеличение объемов прибыли, продвижения независимости и престижа предприятия.

3. Социальные инновации — это новые стратегии, идеи, технологии, которые позволяют по заранее обдуманному плану повысить социум фирмы. Развитие этой сферы дает возможность оперативно вести поиск квалифицированных кадров, укреплять доверительные внутрифирменные отношения (между сотрудниками и руководством предприятия), направлять коллектив фирмы на эффективное решение поставленных социально значимых и экономических задач [4].

Третий тип инноваций, на наш взгляд, скорее, является условием для успешной реализации первых двух типов инноваций.

Инновационное предпринимательство представляет собой поэтапные действия по внедрению интеллектуального продукта в производственно-хозяйственную систему и на рынок с целью достижения исключительного конкурентного преимущества и финансово-экономической выгоды. Оно предполагает следующие этапы, которые в определенном сочетании могут осуществляться последовательно или параллельно:

- создание инновационных идей;
- выбор и оценка преимущественно потенциальных идей;
- разработка и анализ организационно-экономического механизма реализации и функционирования инновационных проектов;
- регистрация инновационного предприятия;
- поиск требуемых ресурсов;
- патентная защита разработанного интеллектуального продукта;
- внедрение интеллектуального продукта в производство;
- масштабное производство нового оригинального товара или использование технологии;
- продвижение на рынок результатов инновационной деятельности;
- поступление дохода от инновационной деятельности.

Инновационное предпринимательство, в силу своей специфики, нуждается в различных формах поддержки со стороны государственных органов. Для успешного выполнения инновационных предпринимательских планов их участникам (предпринимателям) следует встраиваться в приоритетные программы поддержки, миссии, использовать инфраструктурные объекты и прочие меры государственного стимулирования инновационного развития. Примером может послужить распоряжение о реализации Стратегии инновационного развития РФ до 2020 г., в которой приводятся меры поощрения для побуждений организаций к инновационным технологиям. Предпринимателям в инновационной сфере деятельности, согласно данной Стратегии, например, должны предоставляться налоговые льготы по доходам от операций.

Ранжирование инновационных предприятий России «ТехУспех», разработанного районным военным комиссариатом совместно с «Фондом содействия

развитию малых форм предприятий», также фондом инфраструктурных и образовательных программ «Роснано» и «Российским Банком поддержки малого и среднего предпринимательства», на официальном сайте опубликовал список самых инновационных предприятий за 2017 г. В рейтинг вошли компании из сфер: машиностроение, фармацевтические предприятия, ИТ-компании, электроника и приборостроение, крупные региональные провайдеры телекоммуникационных услуг, нефтегазовое предприятия и многие другие. Список из топ-10 инновационных организаций представлен ниже:

1. АО «НПЦ «Полюс».
2. Интеллектуальные социальные системы.
3. Лаборатория «Вычислительная механика».
4. Научно-производственный центр «Электронные вычислительно-информационные системы» (НПЦ «ЭЛВИС»).
5. ООО «Т8».
6. Технология лекарств.
7. Исследовательский Институт Химического Разнообразия (ИИХР).
8. ГК «ИнфоТеКС».
9. НПП «Лазерные системы».
10. Биоамид [7].

В соответствии с политикой инновационного развития Российской Федерации, к 2020 г. объем инновационных компаний в отрасли промышленности должен возрасти в четыре-пять раз по отношению к нынешним 9,5 %. Суммарные затраты на инновации также должны увеличиться в два раза с текущих 1,8 % ВВП [2].

Политика научно-технологической деятельности в Российской Федерации подразумевает позицию «правительственных заказчиков на приобретение наукоемкого инновационного товара, созданного на базе российских технологий». При этом необходима простота налогового и таможенного административного управления, формирование «значительных налоговых мотиваций в области инновационной, научной и научно-технической деятельности», разработка «инструментов возвращаемого, венчурного финансирования для развития и (или) технического перевооружения производств, основной деятельностью которых является использование российских технологий» [8].

Для поддержки инновационной инфраструктуры можно отнести следующие элементы:

1. Формирование развитой инфраструктурной сети коммуникаций для консалтинговых фирм и предпринимательства, помощь инвесторам с выбором объектов инвестирования и воздействие на инвестиционные потоки.
2. Генерация центров маркетинга и менеджмента, реализующих изучение и подготовку предпринимательского персонала по всему сектору обязательных в инновационном предпринимательстве дисциплин и специальностей.
3. Обеспечение защиты интеллектуальной собственности и формирование баз данных о региональном и федеральном законодательстве, административных распоряжениях в сфере инновационного предпринимательства для информаци-

онного сопровождения предпринимательских инициатив. Обеспечение государственной поддержки в части продвижения товаров, формирования рынков сбыта товаров, возможностей обеспечения сырьем, энергией, оборудованием, топливом, квалифицированными кадрами, производственными помещениями.

4. Построение бизнес-инновационных центров, техно-парковых и инкубационных организаций, которые предоставляют инновационным компаниям производственные площади, оборудование для проведения научно-исследовательской работы, финансовые, хозяйственные, маркетинговые, юридические, экономические и другие услуги [1].

Важным условием инновационного развития является осознание предпринимателями сущности и значения инновационной деятельности, согласованности в подходах к понятиям и процессам в инновационной сфере у предпринимателей и государственных структур для эффективного взаимодействия между ними. Именно это позволит, в значительной мере, преодолеть коммуникационные барьеры, эффективно использовать механизмы государственной поддержки и предпринимательский потенциал личности (или команды).

Подводя итог можно сказать, что России обязательно нужна продуманная инновационная политика государства, которая будет направлена не только на создание соответствующей инфраструктуры и разных форм поддержки инновационного предпринимательства, но и на профессиональную подготовку специалистов в этих самых инфраструктурных объектах, заменив ими чиновников и функционеров. Требуется и профессиональная подготовка предпринимателей, способных реализовывать инновационные проекты, т.е. заниматься внедренческой деятельностью в производственную и коммерческую сферы.

### **Список использованной литературы**

1. Бугаян И.Р. Инновационное предпринимательство в России / И.Р. Бугаян, Н.В. Каймачникова // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. — 2012. — № 2.

2. Ельмеева И.Г. Инновационное предпринимательство в России: положение среди мировых лидеров инновационной деятельности уровне [Электронный ресурс] / И.Г. Ельмеева // Молодой ученый. — 2013. — № 5. — С. 296–299. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/52/6745>.

3. Инновации: спасут ли они Россию? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=3089>.

4. Кадакоева Г.В. Инновационное предпринимательство: сущность, типология и возможности развития в условиях российских реалий [Электронный ресурс] / Г.В. Кадакоева // Вопросы инновационной экономики. — 2014. — Т. 4, № 2. — С. 3–12. — Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/lib/10066>.

5. Мирсияпова А.Р. Основные понятия и определения инноваций и инновационных процессов на региональном уровне [Электронный ресурс] / А.Р. Мирсияпова // Молодой ученый. — 2017. — № 6. — С. 271–275. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/140/39391>.

6. Пугачев Н.С. Открытые инновации [Электронный ресурс] / Н.С. Пугачев // Молодой ученый. — 2013. — № 6. — С. 403–407. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/53/7001>.

7. Топ «Инновационные» рейтинга «ТехУспех» — 2017 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ratingtechup.ru/rate/?BY=INNOVATION>.

8. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации [Электронный ресурс] : указ Президента РФ от 1 дек. 2016 г. № 642. — Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41449>.

### **Информация об авторах**

*Горбунова Ольга Викторовна* — студент, кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [olga\\_gor98@mail.ru](mailto:olga_gor98@mail.ru).

*Юшков Олег Александрович* — старший преподаватель, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [oay63@mail.ru](mailto:oay63@mail.ru).

### **Authors**

*Gorbunova Olga Viktorovna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [olga\\_gor98@mail.ru](mailto:olga_gor98@mail.ru).

*Yushkov Oleg Aleksandrovich* — Senior lecturer, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [oay63@mail.ru](mailto:oay63@mail.ru).

## АНАЛИЗ АКТУАЛЬНЫХ ФОРМ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В данной статье исследуется современное состояние вопроса развития предпринимательства на федеральном и региональном уровнях. Составлена схема на основе анализа форм поддержки малого и среднего бизнеса в Ростовской области. Детально рассмотрены ключевые особенности таких форм поддержки предпринимательства как промышленный коворкинг-на-Дону «Garaj»; бизнес-инкубаторы; программа «Ты — предприниматель»; региональная лизинговая компания. Особое внимание уделено характеристике понятия «бизнес — инкубатор» как наиболее востребованной из региональных форм поддержки предпринимательства, а также перечислены существующие из них в Ростовской области.

*Ключевые слова:* предпринимательство; формы поддержки; бизнес; Ростовская область; бизнес-инкубатор; развитие.

О.А. Olatalo, А.О. Poboykina

## ANALYSIS OF ACTUAL FORMS OF BUSINESS SUPPORT IN THE ROSTOV REGION

This article examines the current state of the issue of entrepreneurship development at the Federal and regional levels. The scheme based on the analysis of forms of support for small and medium-sized businesses in the Rostov region. The key features of such forms of business support as industrial coworking-on-Don «Garaj»; business incubators; program «You are an entrepreneur»; regional leasing company are considered in detail. Particular attention is paid to the characteristic of the concept of «business incubator» as the most popular of the regional forms of support for entrepreneurship, and lists the existing ones in the Rostov region.

*Keywords:* entrepreneurship; forms of support; business; Rostov region; business-incubator; development.

Предпринимательство имеет важное значение для повышения уровня жизни населения и его развитие возможно путем открытия новых и лучших способов производства существующих товаров и услуг, а также внедрения совершенно новых продуктов. Отдельные лица и общества могут коллективно повысить свой уровень жизни только в том случае, если они станут лучше при преобразовании таких факторов производства, как труд и сырье в желаемые результаты деятельности предприятий и экономики в целом [1; 2].

В современном обществе важна поддержка развития талантов, культуры, предпринимательства и капитала для малых и средних предприятий. Правительство Ростовской области поощряет предпринимательство с помощью нескольких механизмов, включая, но не ограничиваясь партнерством с российскими компаниями, неправительственными организациями и группами инвесторов, пропагандирует свободные и открытые рынки, надежную защиту интеллектуальной

собственности, создает новые инициативы и сети для продвижения связей и возможностей [3].

На федеральном уровне предусмотрена поддержка новаторских инициатив, направленных на предоставление доступа к деловым сетям и глобальным рынкам, включая глобальные производственно-сбытовые цепочки и обеспечение профессиональной подготовки предпринимателей. На региональном уровне, в том числе Законодательное собрание Ростовской области, предоставляет различные формы поддержки малого и среднего бизнеса Дона, представленные на рисунке.

В Ростовской области насчитывается 120 тыс. субъектов малого и среднего бизнеса. В настоящий момент в регионе существует более 20 востребованных форм поддержки предпринимательства, рассмотрим некоторые из них:

#### 1. Промышленный коворкинг-на-Дону «Garaj».

«Garaj» — это первый промышленный коворкинг в регионе, созданный на базе одного из крупнейших вузов на юге России — Донского государственного технического университета. Он предоставляет возможность сотрудничества талантливой молодежи, студентов, преподавателей с представителями администрации Ростовской области и другими работниками сферы инженерного дела, информационных технологий, патентного права, финансового управления, менеджмента, маркетинга [4]. Это пространство, рассчитанное на 100 рабочих мест, которые предлагают множество полезных ресурсов для реализации стартапов и является местом проведения образовательных мероприятий с очень большой библиотекой и офисными кабинетами. Он имеет огромный набор ресурсов, который включает в себя классы и обучающие семинары на популярные темы.

Коворкинг помогает превратить идеи в прототипы, а прототипы в основательные проработанные продукты, готовые к серийному производству. Также предоставляет услуги пользования оборудованием (3d-моделинга, художественной и механической обработки материалов), офисной инфраструктурой, мастерскими, кадровыми ресурсами (консультации преподавателей, профессоров вуза, а также действующих предпринимателей) и использование любых видов медийных ресурсов.

#### 2. Программа «Ты — предприниматель» в Ростовской области [5].

Организаторами данной программы являются: правительство Ростовской области, Росмолодежь, Министерство экономического развития РФ. В результате работы в рамках данной программой действующий предприниматель или люди, собирающиеся создать бизнес, получают доступ ко всему набору бесплатных информационных, юридических и экономических инструментов, а также возможность рассчитать индивидуальный бизнес — план, участвовать в мероприятиях и пройти обучение у профессионалов. В рамках программы «Ты — предприниматель» проводятся разнообразные форумы, проекты и встречи с успешными людьми.



### *Формы поддержки предпринимательства в Ростовской области*

#### 3. Региональная лизинговая компания.

Осуществляет услуги по предоставлению малым и средним предприятиям финансового лизинга на льготных условиях. Предприниматель может взять в качестве предмета лизинга: оборудование, финансирование техники и

оборудования уже находившихся в эксплуатации, спецтехнику, а также транспортные средства [6].

#### 4. Бизнес-инкубаторы.

Бизнес-инкубаторы — организации, которые помогают начинающим компаниям быстро расти, а также обеспечивают их успех на ранних стадиях функционирования. Это также бизнес, который предполагает выбор ниши и целевого рынка. Несмотря на то, что бизнес-инкубаторы часто являются частными некоммерческими предприятиями, неправительственными учреждениями или финансируемыми правительством программами, в настоящее время существуют частные бизнес-инкубаторы, которые создаются с намерением получать прибыль. Использование бизнес-консультанта полезно, поскольку они указывают на препятствия, с которыми может столкнуться предприниматель во время запуска бизнеса [7].

В Ростовской области существуют следующие бизнес-инкубаторы:

4.1. Автономная некоммерческая организация — микрофинансовая компания «Ростовское региональное агентство поддержки предпринимательства».

Оно разработано и создано в 2004 г. по предложению Правительства Ростовской области при поддержке Департамента Федеральной государственной службы занятости населения по Ростовской области и Российского агентства поддержки малого и среднего бизнеса. Основным направлением деятельности компании является предоставление помещений на льготной основе на определенный срок (до трех лет), помощь в вопросах по налогообложению, кредитованию, бухгалтерскому учету, проведение консультаций по защите и развитию бизнеса, форумов, конференций [8].

4.2. Структурное подразделение НП «САПП». Работа организации связана с предоставлением услуг в области документооборота, лизинга помещений, бухгалтерского учета и отчетности.

4.3. Некоммерческая организация «Фонд поддержки предпринимательства и развития конкуренции» в г. Таганрог. Фонд осуществляет помощь в предоставлении начального финансирования для субъектов малого предпринимательства.

4.4. Автономная некоммерческая организация СМП «Деловой Двор» г. Гуково. Предоставляет в эксплуатацию помещения, здания на льготных условиях, проводит консультации в сфере кредитования, правовой защиты предпринимательства, составления бизнес-плана.

Рассмотрев существующие формы поддержки предпринимательства в Ростовской области необходимо отметить, что правительство Ростовской области постоянно оказывает помощь предпринимателям в виде финансирования, программ создания и повышения эффективности предпринимательства, повышения их образовательного уровня на мастер-классах, лекциях, семинарах, конференциях. Основной особенностью данных программ является нацеленность на результативность и опыт в конкретной сфере деятельности бизнеса.

## Список использованной литературы

1. Олатало О.А. Тенденции экономического развития строительной отрасли: мировой опыт и российские инновации / О.А. Олатало, Т.Н. Макарецова, С.В. Цвиренко // *Kant*. — 2017. — № 4 (25). — С. 231–234.
2. Кравченко А.И. Значение технологического предпринимательства в современной экономике / А.И. Кравченко // *Строительство и архитектура* — 2017. Факультет информационно-экономических систем : материалы науч.-практ. конф. / М-во образования и науки РФ ; Дон. гос. техн. ун-т, Акад. строительства и архитектуры. — Ростов н/Д., 2017. — С. 255–258.
3. Филиппова А.В. Анализ факторов инвестиционной активности и предпринимательской уверенности в строительстве / А.В. Филиппова, О.А. Олатало // *Молодой исследователь Дона*. — 2018. — № 1 (10). — С. 133–138.
4. Промышленный коворкинг «GARAZH» ДГТУ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://garazh.space/home/1>.
5. Программа «Ты — предприниматель» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://molpred61.ru>.
6. АО «Региональная лизинговая компания» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rlc161.ru>.
7. Ростовский бизнес-инкубатор [Электронный ресурс] // Официальный портал правительства Ростовской области. — Режим доступа: <http://www.donland.ru>.
8. АНО «РРАПП» [Электронный ресурс] // Rusprofile. — Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/id/10555890>.

## Информация об авторах

*Олатало Ольга Александровна* — старший преподаватель, кафедра маркетинга и инженерной экономики, Донской государственной технической университет, г. Ростов-на-Дону; e-mail: [olatalo@yandex.ru](mailto:olatalo@yandex.ru).

*Побойкина Алина Олеговна* — студент, кафедра маркетинга и инженерной экономики, Донской государственной технической университет, г. Ростов-на-Дону; e-mail: [alina.poboikina2011@yandex.ru](mailto:alina.poboikina2011@yandex.ru).

## Authors

*Olatalo Olga Alexandrovna* — Senior Lecture, Chair of Marketing and Engineering Economics, Don State Technical University, Rostov-on-Don; e-mail: [olatalo@yandex.ru](mailto:olatalo@yandex.ru).

*Poboykina Alina Olegovna* — Student, Chair of Marketing and Engineering Economics, Don State Technical University, Rostov-on-Don; e-mail: [alina.poboikina2011@yandex.ru](mailto:alina.poboikina2011@yandex.ru).

## ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

В данной статье рассматривается вопрос поддержки малого и среднего предпринимательства в строительном комплексе. Уточняются особенности строительного сектора для возможности применения инструментов и программ государственной поддержки, а также привлечения частных инвестиций. Приводятся статистические показатели опроса предпринимателей о существующих проблемах в экономике строительства. Рассмотрены результаты апробации программы государственной поддержки МСП путем конкурсного отбора инвестиционно-строительных проектов и частичного их финансирования. Предлагаются меры и пути решения возникающих проблем в данном секторе экономики для более детальной проработки поддерживающих механизмов МСП.

*Ключевые слова:* малое и среднее предпринимательство; строительный сектор; проблемы развития; пути решения; государственная поддержка; частные инвестиции.

О.А. Olatalo, V.S. Vasilchenko

## PROBLEMS OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURSHIP IN THE CONSTRUCTION SPHERE

This article addresses the issue of supporting small and medium-sized businesses in the construction industry. The specifics of the construction sector are being clarified to enable the use of tools and programs of state support, as well as attracting private investment. The statistical indicators of a survey of entrepreneurs on the existing problems in the construction economy are given. The results of approbation of the program of state support for SMEs through competitive selection of investment and construction projects and their partial financing are considered. Measures and solutions to emerging problems in this sector of the economy are proposed for a more detailed study of the supporting mechanisms of SMEs.

*Keywords:* small and medium enterprises; construction sector; development problems; solutions; government support; private investment.

В решении различных задач нашей страны, а именно экономических, социальных и технических, важную роль играет строительный комплекс, где на сегодняшний день малое и среднее предпринимательство (МСП) находится на стадии развития [1].

Существует ряд проблем, с которыми сталкивается предпринимательство в сфере строительства. Одной из самых значимых является низкая платежеспособность покупателей, а также высокий уровень налоговых сборов, который правительство постоянно повышает. Также следует отметить, что недостаток квалификационных кадров в данной отрасли, приводит к найму работников из стран ближнего зарубежья. Существенную роль в развитии малого предприниматель-

ства в стройиндустрии играет проблема общего недоверия со стороны потребителей рынка к малому бизнесу, поэтому необходимо предоставлять широкий спектр качественных строительных услуг в определенные договорными сроки [2].

Специалистами Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) был проведен опрос, по результатам которого 60 % предпринимателей считают, что фактом негативным влияющим на развитие их компаний, является недостаток квалификационных кадров, так как крупные фирмы могут предложить более заманчивые условия, нежели малый и средний бизнес [3]. Опираясь на вышеизложенные проблемы необходимо отметить, что государство должно принимать непосредственное участие в развитии и поддержке МСП, а также предоставлять различные программы, стимулирующие граждан к трудоустройству в небольшие строительные фирмы.

Безусловно, в нашей стране существуют программы для поддержки и развития МСП, но в течение 2014–2018 гг. пристальное внимание было уделено строительству и подготовке к Чемпионату мира по футболу. Этот период можно назвать достаточно непростым, так как большая часть федеральных и региональных денежных средств тратилась именно на подготовку к всемирному событию, строились дороги, стадионы, велись реконструкционные работы, производился ремонт зданий, строились объекты социального значения [4].

Следует отметить, что еще одной не менее значимой проблемой для малого и среднего предпринимательства является комплексная застройка территорий, при которой предпочтение отдается крупным строительным организациям, так как в их распоряжении есть все ресурсы, необходимые для производства работ, тогда как малым придется требовать материалы докупать. Также крупные компании располагают всеми специализированными мощностями, в то время как МСП предоставить подобные услуги не представляется возможным, что зачастую приводит к банкротству строительных фирм, работающих в данном сегменте. Все вышеперечисленные проблемы достаточно актуальны для повышения уровня развития экономической отрасли и требуют особого внимания со стороны государственной власти.

Для успешного развития малого и среднего бизнеса нужно наличие определенных условий: экономических, социокультурных, геополитических [5].

Государственная поддержка в инвестирование МСП строительной отрасли заключается в проведении активной инвестиционной политики. Следует отметить, что на федеральном уровне в 2017 г. как одной из мер поддержки была принята попытка дополнительного стимулирования потока частных инвестиций в строительный сектор путем организации проведения конкурса инвестиционно-строительных проектов и получения права на предоставление 20 % денежных средств в качестве призовых. Однако на этапе апробации данный подход оказался менее эффективным, так как помощь была оказана слишком малому числу призеров (12–16 % от общего количества победителей конкурса), а остальные участники, взяв кредиты для участия, не смогли реализовать свои проекты [6].

Но следует отметить, что не только государство может оказывать финансовую поддержку. Не менее значимую роль играют финансово-промышленные,

финансово-строительные группы и ассоциации, объединения, реализующие деятельность по развитию строительного сектора экономики в направлении инвестиций и деловой активности, способствуя укреплению межхозяйственных связей в отрасли. Среди успешно функционирующих на сегодняшний день крупных структур можно особо отметить ФПГ «Жилище» (г. Москва), ФПГ «Объединенная промышленно-строительная компания» (г. Рязань), ФПГ «Приморье, АО «Стекло России» [7].

Развитие рынка жилищного строительства в рамках национального проекта «Комфортное и доступное жилье гражданам России» предполагает принятие кардинальных мер по развитию строительной отрасли, в том числе и МСП. Такие проекты в большей степени будут влиять на развитие предпринимательства, нежели государственные программы, которые из-за отсутствия федерального финансирования не имеют должной реализации [8].

Для привлечения финансовых средств в развитие строительной отрасли, включая МСП, был предложен закон об ипотеке, предусматривающий реализацию следующих решений:

- развитие рынка ссудного капитала и долгосрочного кредитования инвестиций под залог недвижимого имущества, включая залог земельных участков, где расположены предприятия;
- развитие вторичного рынка ипотечных кредитов, включая залог закладной, что, в свою очередь, будет также способствовать развитию инвестиционных возможностей кредитования капитальных вложений.

Приведенные выше методы позволят получить залоговые ссуды для развития, роста производств и жилищного строительства, путем включения в оборот разного вида имущества.

Сегодня деятельность малого строительного бизнеса является очень узкой и ограниченной, а в других отраслях и вовсе обречена, если компания не планирует укрупняться. При этом совместная деятельность малых и крупных предприятий в условиях развития строительного рынка позволит снизить уровень предпринимательских рисков, создать крепкие производственно-экономические связи, равномерно распределить степень ответственности.

Несмотря на то, что государство осознает, что МСП играет очень важную роль в экономике страны и становлении общества, проблема роста малого и среднего предпринимательства остается нерешенной до сих пор. Для того чтобы вывести данный вопрос на приемлемый уровень развития были предложены некоторые рекомендации: установить строгий контроль выполнения норм законодательства по исключительному участию малого бизнеса: в рамках федерального закона № 44-ФЗ — до 20 млн р., в рамках федерального закона № 223-ФЗ — до 50 млн р.; включать в контракты с крупными застройщиками требование о привлечении к исполнению контракта субподрядчиков из малого и среднего бизнеса; разработать программы развития малого и среднего строительного предпринимательства.

Помимо перечисленных действий был принят ряд мер, которые должны будут способствовать развитию МСП в строительном комплексе:

- расширение нормативного правового поля в сфере МСП строительного комплекса на федеральном и региональном уровнях;
- развитие инфраструктуры поддержки МСП;
- оказание большего уровня финансовой поддержки субъектам МСП со стороны государственной власти, путем ввода новых программ и субсидий.
- снижение налоговых сборов;
- увеличение доли выпуска конкурентоспособных востребованных строительных и отделочных материалов на отечественном рынке;
- переориентация на внутренний рынок потребления и стимулирование строительства правительством;
- осуществление консультативной поддержки субъектов МСП по вопросам эффективного управления и продвижения продукции на внутренние и внешние рынки;
- развитие конкуренции на рынке строительных и отделочных материалов за счет совершенствования торгово-сбытовой системы, что позволит добиться выравнивания и постепенного снижения цен;
- подготовка, переподготовка и повышение квалификации инженерно-технических и руководящих кадров для субъектов МСП в строительстве [9].

На основе проведенного анализа вопросов и мер по развитию МСП на строительном рынке в России, следует отметить, что, несмотря на растущее значение МСП, государство все еще пассивно участвует в развитии данной сферы по причине нехватки финансирования, привлекая других субъектов экономики для обеспечения поддержки и решения ряда проблем. Процесс развития и эффективного функционирования области малого и среднего бизнеса может быть обеспечен путем осуществления вышеуказанных пунктов. Помимо этого, действительно важно активное участие государства в развитии данного сектора, а также развитие механизма взаимодействия между федеральной и муниципальной властью.

### **Список использованной литературы**

1. Купечков А.М. Проблемы субъектов малого и среднего предпринимательства в строительной сфере / А.М. Купечков, О.В. Лустина // Молодой ученый. — 2016. — №17. — С. 430–433.
2. Федосенко А.А. Актуальные проблемы развития строительной отрасли в России / А.А. Федосенко, А.С. Тюрин // Строительство и архитектура — 2017. Факультет информационно-экономических систем : материалы науч.-практ. конф. / М-во образования и науки РФ ; Дон. гос. техн. ун-т, Акад. строительства и архитектуры. — Ростов н/Д., 2017. — С. 264–267.
3. Морозова О.А. Обоснование значимости подготовки персонала в строительстве с учетом тенденций саморегулирования / О.А. Морозова // Научное обозрение. — 2014. — № 11-2. — С. 587–590.
5. Олатало О.А. Проблемы инновационной активности российских предприятий в современных геополитических условиях / О.А. Олатало, А.В. Филиппова // Проблемы теории и практики управления : сб. тр. Междунар. науч. форума : в 3 т. — Ростов н/Д. : Юж. федер. ун-т, 2018. — С. 131–136.

6. Рейтер Т. Малый бизнес в строительстве [Электронный ресурс] / Т. Рейтер // StroyPuls: строительный портал. — 2010. — Режим доступа: <http://stroypuls.ru/pso/2010/11-august-2010/30524>.

7. Родионов А.П. Проблемы и перспективы развития малого предпринимательства строительной отрасли в России на современном этапе / А.П. Родионов // Проблемы современной экономики. — 2016. — № 2 (58). — С. 120–123.

8. Джамолдинова Л.А. Перспективы развития системы управления малых строительных предприятий / Л.А. Джамолдинова // Terra Economicus. — 2012. — № 2. — С. 13–16.

9. Морозова О.А. Методологические основы повышения качества и конкурентоспособности управленческих работников строительной организации / О.А. Морозова // Инженерный вестник Дона. — 2011. — № 4 (18). — С. 312–316.

### **Информация об авторах**

*Олатало Ольга Александровна* — старший преподаватель, кафедра маркетинга и инженерной экономики, Донской государственной технической университет, г. Ростов-на Дону; e-mail: [olatalo@yandex.ru](mailto:olatalo@yandex.ru).

*Васильченко Варвара Сергеевна* — студент, кафедра маркетинга и инженерной экономики, Донской государственной технической университет, г. Ростов-на-Дону; e-mail: [vasilchenko.varya.98@icloud.com](mailto:vasilchenko.varya.98@icloud.com).

### **Authors**

*Olatalo Olga Aleksandrovna* — Senior Lecturer, Chair of Marketing and Engineering Economics, Don State Technical University, Rostov-on-Don; e-mail: [olatalo@yandex.ru](mailto:olatalo@yandex.ru).

*Vasilchenko Varvara Sergeevna* — student, Chair of Marketing and Engineering Economics, Don State Technical University, Rostov-on-Don; e-mail: [vasilchenko.varya.98@icloud.com](mailto:vasilchenko.varya.98@icloud.com).

**ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

В данной научной статье рассматриваются актуальные для нашей страны проблемы организации деятельности в области трудоустройства людей, поддержки социально незащищенных групп населения, путем развития инноваций в сфере социального предпринимательства. Раскрывается сущность и основные направления «социальных инноваций». Рассматриваются особенности и причины возникновения практики социального предпринимательства, проблемы развития и становления социального предпринимательства в Российской Федерации. Уделено внимание специфике данной проблемы, приведены положительные примеры решения данного вопроса. В статье предложены пути решения данной проблемы.

*Ключевые слова:* социальное предпринимательство; некоммерческие организации; социальные инновации; социальные проблемы; социально незащищенные группы населения; инновационность.

**D.K. Yanchevskaya, O.A. Yushkov****INNOVATIONS IN THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP**

This scientific article examines the problems of organizing activities in the field of people's employment, supporting socially vulnerable groups of the population, through the development of innovations in the field of social entrepreneurship that are relevant for our country. The essence and main directions of «social innovations» are revealed. The features and causes of the emergence of the practice of social entrepreneurship, the problems of development and development of social entrepreneurship in the Russian Federation are considered. Attention is paid to the specifics of this problem; positive examples of solving this issue are given. The article suggests ways to solve this problem.

*Keywords:* social entrepreneurship; non-profit organizations; social innovations; social problems; socially unprotected groups of the population; innovativeness.

На сегодняшний день нет единого подхода к пониманию сущности социального предпринимательства. Это обусловлено тем, что данное направление деятельности находится на этапе зарождения в нашей стране. Исходя из того, что социальное предпринимательство характерно для развитой рыночной экономики и требует эволюции бизнеса и общества, идеи социальных инноваций начали воплощаться лишь с 2010 г. Развитие данного направления является весьма актуальным для российской действительности, но, несмотря на это, популярность социального предпринимательства остается крайне низкой [2].

По статистическим данным на 2017 г. только 1 % российских компаний занимается социальным предпринимательством, их вклад в ВВП страны составляет 0,36 %. В сравнении с зарубежными странами Россия занимает нижние позиции. Так, например, в Западной Европе доля занятых в социальной сфере в среднем занимает 25 % от общего числа предпринимателей [10].

В нашей стране большую роль в развитии социального предпринимательства играет негосударственная поддержка предпринимательства социального направления. Существенный вклад в развитие данной сферы экономики сегодня вносит Фонд региональных социальных программ «Наше будущее», созданный в 2007 г. в форме частной некоммерческой организации. Он оказывает информационное обеспечение и продвижение новых бизнес проектов в сфере социальных инноваций, консультирует по актуальным вопросам их деятельности и оказывает финансовую помощь. Благодаря фонду со времен его создания было воплощено в жизнь множество социально-ориентированных проектов в 38 регионах России. В основном в направлениях поддержки инвалидов и пожилых людей, фермерского хозяйства, переработки отходов, образовательных учреждений, но даже они не могут похвастаться абсолютной успешностью и повсеместным распространением своего опыта [5].

Можно отметить следующие наиболее яркие примеры успешно реализованных идей с применением инноваций в сфере социального предпринимательства:

1. Проект по разработке и производству инвалидных колясок активного типа, а также спортивных инвалидных колясок, где 50 % сотрудников предприятия сами являются инвалидами.

2. Проект медицинской сигнализации, связанный с обеспечением инвалидов и пожилых людей экстренной кнопкой вызова неотложной помощи, вне зависимости от их местонахождения. Этот проект стал победителем множества конкурсов в сфере социальных инноваций и вошел в десятку лучших Start-Up по версии Forbes в 2011 г.

3. Проект по производству индивидуальных ортопедических изделий для детей инвалидов с диагнозом ДЦП. На основе дистанционного обслуживания детей, осуществляется доставка по России, а также ряда стран СНГ.

4. Online-сервис «Бабушка на час», который обеспечивает занятость пожилым людям, дает им новые возможности и организует досуг для одиноких пенсионеров [1].

С развитием социального предпринимательства решаются социальные проблемы, происходит поддержка социально незащищенных групп населения, снижается социальная напряженность в обществе, решается проблема трудоустройства и т.д. Главными принципами этого направления являются инновационность, финансовая устойчивость и самокупаемость. Социальные предприниматели могут работать в различных сферах, реализуя проекты в рамках своей основной деятельности: образование, здравоохранение, спорт, услуги, культура, сельское хозяйство [6].

Сегодня наибольшей популярностью среди социальных предпринимателей пользуется сфера образовательных услуг. Самым ярким примером является открытие частных дошкольных образовательных учреждений, путем внедрения идей нетрадиционных форм и методов обучения. Таким образом, происходит смягчение проблемы доступа в детские сады и обеспечение местами максимального количества дошкольников, также предоставление инклюзивного образования в отличие от муниципальных учреждений [2].

В нашей стране еще огромное количество актуальных социальных проблем, таких как снижение уровня жизни населения, алкоголизм, наркомания, безработица, коррупция, бюрократия, сокращение государственных расходов на развитие социальной сферы, сокращение бесплатных медицинских услуг, решение которых требует внедрения социальных инноваций [3].

Социальные инновации представляют собой особый вид целевых идей, стратегий, направленных на решение социальных проблем и удовлетворение социальных потребностей, в том числе с привлечением и адаптацией товаров и технологий из иных сфер. Целью социальных инноваций является создание благоприятных условий для развития общества. Без инноваций социальное предпринимательство не способно в полной мере решать социальные задачи. Исключительно новаторские идеи и их реализация способны обратить негативные социальные вопросы в положительную сторону [8].

Инновационность как одна из составляющих социального предпринимательства не является широкомасштабным явлением среди отечественных социально ориентированных предпринимателей. Но в отличие от обычных бизнесменов они чаще прибегают в своей практике к инновационным методам решения и взаимодействия с целевой аудиторией. Лишь 21 % из социальных предпринимателей применяет свои собственные разработки и изобретения. Однако привлекать в свой бизнес инновации со стороны стремятся уже более 40 % социальных предпринимателей. Так, примерно 70 % из них утверждают, что применяли те или иные новации. Заинтересованность в применении инновационных подходов в бизнесе у обычных предпринимателей в два раза ниже, чем у социальных предпринимателей. Одни акцентируют свое внимание на разработке новых маркетинговых стратегий, а другие на появлении новых услуг в образовании, улучшении условий труда, создании инновационных сообществ, действующих в интересах населения [7].

Статистика показывает, что больше 50 % российских социальных предпринимателей составляют женщины в возрасте от 30 до 60 лет. Также в ходе исследования выяснилось, что 85 % социальных предпринимателей имеют высшее образование, более того, 90 % из них постоянно повышают свою квалификацию и продолжают учиться на протяжении всей жизни. Главной отличительной чертой социального предпринимателя является способность взглянуть на решение проблемы по-новому, создавая точки роста, вокруг которых формируются не только новые организации, но и особые общественные отношения. Таким образом, можно отметить, что социальное предпринимательство является новым способом социально-экономической деятельности, соединяющим в себе социальное назначение с предпринимательским новаторством [9].

Подводя итоги, можно выделить рекомендации по решению актуальных задач и устранению проблем, встающих на пути развития инноваций в сфере социального предпринимательства:

1. Необходима разработка и принятие закона о социальном предпринимательстве, где будет прописано четкое определение социальному предпринимательству.

2. Разработка общенациональной идеологии социальных инноваций в нашей стране.

3. Формирование долгосрочных и краткосрочных программ развития социальных инноваций в России.

4. Изучение и использование лучшего отечественного и зарубежного опыта социальных инноваций.

5. В рамках развития международного сотрудничества в сфере социального предпринимательства создание условий для международного обмена опытом среди специалистов.

6. Исследование проблем социальных инноваций в России и за рубежом и на основе полученных результатов донесение информации до общественности и всех заинтересованных лиц, с целью предотвращения недоверия к данной сфере деятельности и привлечения большего числа участников.

7. Ежегодное проведение различных региональных конкурсов развития социального бизнеса, чтобы выявить новые и наиболее перспективные инновационные проекты, также распространение положительного опыта в данной сфере предпринимательства.

8. Активное использование социальной рекламы в целях пропаганды идей социального бизнеса и его значения в развитии страны, ориентация на молодое прогрессивное поколение [4].

### **Список использованной литературы**

1. Банк социальных идей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.social-idea.ru/ideas>.

2. Гарафутдинова А.В. Социальное предпринимательство как инновационное направление развития социальных услуг в образовании [Электронный ресурс] / А.В. Гарафутдинова — Режим доступа: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/43363>.

3. Ковалевская А.А. Инновации в сфере социального предпринимательства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016019385>.

4. Кондрашова О.И. Социальные инновации в бизнесе: перспективы развития в России / О.И. Кондрашова // Научно-технические ведомости СПбПУ. Естественные и инженерные науки. — 2013. — № 4 (183). — С. 83–88.

5. Мухин А.В. Эволюция понятия социального предпринимательства. Основные функции социального предпринимательства / А.В. Мухин // Новые технологии. — 2011. — № 2.

6. Петрова М.А. Социальное предпринимательство как бизнес-деятельность / М.А. Петрова // Труд и социальные отношения. — 2017. — № 4. — С. 49–58.

7. Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики. Исследовательская группа ЦИРКОН, 2013 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret\\_SP\\_Otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf).

8. Сивкова Ю.Э. Особенности развития социального предпринимательства в российском контексте : дис. ... канд. социол. наук / Ю.Э. Сивкова. — Саратов, 2017. — 145 с.

9. Социальный предприниматель — 2018. Автопортрет. Исследовательская группа ЦИРКОН, 2018 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/4e7/socialnyj\\_predprinimatel\\_2018\\_avtoportret.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/4e7/socialnyj_predprinimatel_2018_avtoportret.pdf).

10. Яремчук А. Российская газета — Экосистема социального предпринимательства [Электронный ресурс] / А. Яремчук — Режим доступа: <https://rg.ru/2015/12/17/yaremchuk-site.html>.

### **Информация об авторах**

*Янчевская Дарья Казимировна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [yanchvsk@yandex.ru](mailto:yanchvsk@yandex.ru).

*Юшков Олег Александрович* — старший преподаватель, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [oay63@mail.ru](mailto:oay63@mail.ru).

### **Authors**

*Yanchevskaya Daria Kazimirovna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [yanchvsk@yandex.ru](mailto:yanchvsk@yandex.ru).

*Yushkov Oleg Alexandrovich* — Senior Lecturer, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [oay63@mail.ru](mailto:oay63@mail.ru).

## МОДЕЛИ ОТКРЫТЫХ ИННОВАЦИЙ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ НА РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В данной статье рассматриваются модели открытых инноваций и их применение в современном мире информационных технологий. Рассмотрено происхождение понятия открытой инновации и его сущность. Описано изменение модели осуществления инновационной деятельности. Обосновываются причины, по которым крупные компании вынуждены прибегать к применению этой модели. Приведены примеры перехода от традиционной закрытой модели, предполагающей создание инноваций собственными силами, к модели открытых инноваций, направленной на взаимодействие с внешними источниками идей и технологий.

*Ключевые слова:* информационные технологии; инновационная деятельность; инновации; модель открытой инновации; технологии.

D.S. Shchepina, O.A. Yushkov

## MODELS OF OPEN INNOVATIONS AND THEIR APPLICATION IN THE MARKET OF INFORMATION TECHNOLOGIES

This article discusses the model of open innovation and their application in the modern world of information technology. The origin of the concept of «open innovation» and its essence are considered. A change in the pattern of innovation is described. It justifies the reasons why large companies are forced to resort to the use of this model. Examples of the transition from the traditional closed model, involving the creation of innovations on its own, to the model of open innovations, aimed at interacting with external sources of ideas and technologies, are given.

*Keywords:* information technology; innovation; model of open innovation; technology.

Открытая инновация (англ. open innovation) — термин, созданный доктором Генри Чезбро (Henry Chesbrough). В своей работе «Открытая инновация: исследование новой парадигмы» (Open Innovation: Researching a New Paradigm) он определял открытую инновацию следующим образом: «использование целенаправленных входящих и исходящих потоков знания для соответственно, ускорения внутренней инновации и расширения внешнего использования инновации. Эта парадигма предполагает, что компании при усовершенствовании своих технологий могут и должны использовать как внешние, так и внутренние идеи, а также как внутренние, так и внешние пути выхода на рынок».

На современном этапе развития перед крупными компаниями все более появляется необходимость вносить серьезные изменения в свои корпоративные бизнес-стратегии. Изменение внешней среды и ужесточение конкуренции вынуждает компании искать новые потенциалы роста. Одним из таких потенциалов является приверженность компании развитию инновационной деятельности.

Однако и модель осуществления инновационной деятельности претерпевает изменения. Все большее количество компаний склоняется к переходу от традиционной, закрытой модели инновационной деятельности, предполагающей создание инноваций собственными силами, к модели открытых инноваций, предполагающей активное взаимодействие с внешними источниками идей и технологий.

В экономическом плане основной причиной перехода является снижение доходов и рост расходов фирм. Рост расходов компании, в частности связан с тем, что жизненный цикл продукции сокращается. Ввиду ужесточения конкуренции на рынке информационных технологий жизненный цикл исчисляется уже даже не годами, а месяцами. И ведь действительно, компании выпускают новейшие гаджеты, смартфоны, а через полгода компания-конкурент выпускает что-то более новое! За столь короткий срок продаж нужно успеть окупить немалые инвестиции в создание продукта. Таким образом, оказание серьезного давления на финансы компании можно назвать основным движущим фактором применения модели открытых инноваций.

В условиях современного развития экономики стремление к повышению производительности труда и автоматизации бизнес-процессов являются ключевыми факторами в конкурентной борьбе. В связи с этим развитие отрасли информационных технологий идет стремительными темпами на протяжении последних нескольких десятилетий. Жизненный цикл продукта в данном сегменте мировой экономики крайне мал, а продукт требует постоянных обновлений, чтобы максимально полно удовлетворить потребности клиентов и сохранить рыночные позиции. Поэтому многие мировые лидеры рынка информационных технологий должны активно применять модель открытых инноваций в своей деятельности, чтобы добиться впечатляющих успехов.

Модель открытых инноваций предполагает, что компания при разработке новых технологий и продуктов не только рассчитывает на собственные внутрикорпоративные НИОКР, но и активно привлекает инновации и компетенции извне.

В США с середины 1990-х гг. все большая доля инноваций рождается не в «секретных» корпоративных лабораториях, а берется ими тем или иным способом с рынка. По данным департамента развития и коммуникаций Российской венчурной компании, в США почти 40 % составляют закрытые инновации, а оставшиеся 60 % — открытые инновации.

Существуют самые различные формы и практики активного использования этой новой бизнес-модели. К числу таковых, в частности, относятся разнообразные стратегические альянсы и партнерства; субподряды и аутсорсинговые контракты; различные виды лицензирования технологий; создание совместных предприятий; создание автономных компаний на базе университетов; совместное использование технологического оборудования и установок; межфирменное сотрудничество в сфере технологической стандартизации; инновации, осуществляемые при помощи конечных пользователей; кооперативные венчурные инвестиции и прочие.

К числу наиболее часто используемых компаний — образчиков следования бизнес-модели открытых инноваций прежде всего относятся два гиганта — IBM

(один из крупнейших в мире производителей и поставщиков аппаратного и программного обеспечения, а также IT-сервисов и консалтинговых услуг) и Procter&Gamble (производство потребительских товаров), которые смогли кардинальным образом переломить неблагоприятные рыночные тенденции, резко сменив акценты в сторону большей инновационной открытости.

В частности, IBM сделала ставку на активное использование открытых программных средств (прежде всего продвижение ОС Linux), агрессивное внешнее лицензирование не используемых в самой компании технологий и создание мощной автономной структуры IBM Global Services, ориентированной на комплексное обслуживание многочисленных потребителей ее технологий, на которую теперь приходится более половины всех доходов компании.

Одним из наиболее ярких примеров использования модели открытых инноваций стала совместная технологическая разработка легендарного продукта AppleiPod: предприниматель Тони Фэдделл разработал первоначальную идею и общую концепцию нового продукта, компания Apple для ее дальнейшей реализации создала специальную группу разработчиков из 35 человек и привлекла к участию в проекте партнеров из Philips, Ideo (дизайнерская фирма), General Magic, Connectix и WebTV, а общий технический дизайн разрабатывался отдельным альянсом, в состав которого входили Portal Player, Wolfson, Toshiba и Texas Instruments.

Таким образом, потребность современных компаний в большом количестве исследований и разработок приводит к тому, что модель осуществления инновационной деятельности претерпевает изменения. Все большее количество компаний склоняется к переходу от традиционной закрытой модели, предполагающей создание инноваций собственными силами, к модели открытых инноваций, направленной на активное взаимодействие с внешними источниками идей и технологий. Однако, обладая рядом преимуществ, позволяющих сократить расходы и повысить доходы компании, модель открытых инноваций имеет слабые места, одним из таких слабых мест является защита информации в рамках инновационного процесса. Одним из возможных способов решения данной проблемы является создание агентства, осуществляющего посреднические функции между участниками инновационного процесса.

### **Список использованной литературы**

1. Чесбро Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий : пер. с англ. / Генри Чесбро. — М. : Поколение, 2007.
2. Чесбро Г. Открытые бизнес модели. IP-менеджмент : пер. с англ. / Г. Чесбро — М. : Поколение, 2007.
3. Трифилова А.А. «Открытые инновации» — парадигма современного инновационного менеджмента [Электронный ресурс] / А.А. Трифилова // Инновации. — 2008. — № 1. — Режим доступа: file:///C:/Users/user/Downloads/otkrytye-innovatsii-paradigma-sovremennogo-innovatsionnogo-menedzhmenta.pdf.
4. Трифилова А.А. Формирование и развитие теории открытых инноваций / А.А. Трифилова, В. Ванхавербеке // Инновации. — 2008. — № 1.

5. Калинин И. К инновационной экономике / И. Калинин // Лига добросовестных производителей. — 2009. — № 10.

### **Информация об авторах**

*Щепина Дарья Сергеевна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: darya.shepina@yandex.ru.

*Юшков Олег Александрович* — старший преподаватель, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: oay63@mail.ru.

### **Authors**

*Shchepina Darya Sergeevna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: darya.shepina@yandex.ru.

*Yushkov Oleg Aleksandrovich* — Senior Lecturer, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: oay63@mail.ru.

## ЧТО НЕОБХОДИМО ЗНАТЬ МОЛОДОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА

В данной статье рассмотрены проблемы и преимущества молодых людей в предпринимательской деятельности. Стремление зарабатывать деньги и быть независимым от своего работодателя — главный мотив открытия собственного дела. Эта статья поможет начинающему предпринимателю разобраться в системе бизнеса. Здесь описывается актуальность предпринимательства на сегодняшний день, статья помогает разобраться молодым предпринимателям в системах налогообложения. Предлагаются методы экономии денежных средств на налогах среди молодых предпринимателей и предпринимателей Иркутской области. Обосновывается преимущество молодых людей в бизнесе.

*Ключевые слова:* налоги; бизнес; предпринимательство; актуальность; первоначальный взнос; кредит; субсидии; гранты.

**R. T. Mustafaev, M. A. Butin**

## WHAT YOU NEED TO KNOW A YOUNG ENTREPRENEUR

This article discusses the problems and advantages of young people in business. The desire to earn money and be independent of your employer is the main motive for starting your own business. This article will help a novice entrepreneur to understand the business system. It describes the relevance of entrepreneurship today; the article helps young entrepreneurs understand tax systems. Methods are proposed to save money on taxes among young entrepreneurs and entrepreneurs of the Irkutsk region. The advantage of young people in business is justified.

*Keywords:* taxes; business; entrepreneurship; relevance; down payment; loan; subsidies; grants.

На сегодняшний день актуальность бизнеса не теряет свои приоритеты среди молодых людей, стремление зарабатывать деньги и быть независимым от своего работодателя присуще всем людям, в том числе и молодым. Молодые целеустремленные люди по сравнению с людьми зрелого возраста, как правило, имеют преимущество в сфере бизнеса, а именно там, где требуется большое количество энергии, но есть также и недостатки в предпринимательской деятельности среди молодежи. И не стоит забывать от том, что в Российской Федерации за последние десять лет экономическая ситуация претерпела кардинальные изменения. Это очень хорошо повлияло на нашу страну. Рост доходов населения, уровень средней заработной платы увеличился в разы, следовательно, улучшилось финансовое благосостояние граждан. Рост промышленного производства, бурный экономический рост.

У молодых предпринимателей возникает трудность в первоначальном взносе, банки дают высокие процентные ставки или отказывали в одобрение кредита индивидуальным предпринимателям (ИП) и юридическим лицам. Так что стоит обратить внимание на другие способы для получения капитала.

Также стоит учитывать то, что кредит не дается под бизнес-план, обычно требуется поручительство или залог. Банки остерегаются кредитовать предпринимателей, которые не имеют опыт работы, у которых нет кредитной истории, им не выгодно это.

Первоначальный взнос можно получить другим методом. Через государственные гранты обычно условия более выгодны, чем в банках. Для того, чтобы получить деньги на выгодных условиях, придется приложить больше времени. А что такое грант?

Грант — это финансовая помощь. Есть целая сеть федеральных фондов, которые дают деньги начинающим предпринимателям в инновационной сфере, технологическим стартапам и наукоемкому бизнесу. Программы работают по всей России:

1. Фонд Борника — крупная организация помощи малому износности в сфере инновации. Предприниматель может получить от фонда безвозмездную поддержку от 500 тыс. до 20 млн р. ([www.fasie.ru](http://www.fasie.ru)).

2. Российский научный фонд — финансово и организационно помогает перспективным и амбициозным научным проектам ([www.rscf.ru](http://www.rscf.ru)).

3. Фонд развития интернет-инициатив — масштабный отечественный проект по финансовым и экспертным поддержки технологического предпринимательства ([www.iid.ru](http://www.iid.ru)).

Также не следует забывать о региональной и муниципальной субсидии. Субсидия — это форма проектов, когда предприниматель получает от государства часть суммы, остальные вкладывает сам. При получении субсидии, уменьшаются затраты на открытие и расширение бизнеса.

Фонд развития промышленности Иркутской области выделяет заем для проектов, развитие бизнеса и использования новые технологии, воссоздать инновационные продукты, организуют импортозамещающие производство. Есть определенные барьеры средств займа и сферы деятельности бизнеса ([www.frprf.ru/zayme](http://www.frprf.ru/zayme)).

Что такое муниципальная субсидия и как ее получить? Муниципальные субсидии можно получать в административные территории, где действуют местные программы поддержки предпринимательства. Субсидии в виде пониженной процентной ставки на кредит или возвращение половины стоимости оборудования ([www.мфц.рф](http://www.мфц.рф)).

Если с первоначальным взносом все решено, то следует обратить внимание на систему налогообложения. Какой вид налогов использовать предпринимателю, чтобы меньше платить? Такой вопрос часто задают предприниматели, которые хотят сэкономить на налогах.

Ключевым моментом при открытии собственного дела является определение системы уплаты налогов. Налогообложение ИП может быть общим и специальным. Последнее включает в себя четыре вида: ЕСХН, ПСН, УСН и ЕНВД.

В этой теме будем рассматривать только налогообложение ИП на специальных режимах, потому что общее налогообложение не выгодно для молодого предпринимателя, так как он несет максимальную налоговую нагрузку — начисление и уплата двух обязательных налогов: НДС (10 или 18 %) и НДФЛ (13 %)

от предпринимательских доходов, не учитывая торговый сбор и имущественный налог на собственную недвижимость, которая используется в бизнесе.

Упрощенная система (УСН).

Уплата в виде одного налога заменяет НДФЛ и НДС. Предприниматель самостоятельно выбирает объект, который будет облагаться налогом: выручка без расходов или доходы. Также может взиматься торговый сбор.

Единый налог на вмененный доход (ЕНВД).

Не зависит от полученного дохода. Объектом обложения является вмененный доход, установленный местными властями.

Сдача и оплата налога проводится раз в один год.

При превышении численности работников (100 чел.) — система ограничена на применение.

Только учет физических показателей.

Патентная система (ПСН)

Патент — это такой документ, который дает право заниматься предпринимательской деятельностью на территории его образования. Данный документ выдается по месту своей деятельности за 10 дней до ее начала.

Режим для сельских предпринимателей (ЕСХН).

Это подойдет тем людям, которые занимаются сельским хозяйством, для них специально разработан ЕСХН. Порядок расчета: доходы - расходы \* 6%. Оплата ЕСХН производится два раза за каждое полугодие, а декларация предьявляется по итогам года.

Как сэкономить на налогах?

Для тех, кто впервые зарегистрировался как индивидуальный предприниматель, существует льгота, установленная законом Иркутской области № 112-03 «Об особенностях налогообложения при применении упрощенной системы налогообложения» от 30 ноября 2015 г.

Если выбрана наиболее удобная система налогообложения и имеется первоначальный взнос, следует хорошо подумать над бизнес-планом, какие идеи могут быть удобны, а то есть присущие молодежи. Нужно исходить из того, что мир не стоит на месте, он постоянно совершенствуется, появляются новые открытия, разрабатываются новейшие технологии. Молодежь в курсе всех этих событий и активно потребляет информацию по нанотехнологиям, изучая все нюансы данных изобретений, эта информация играет важную роль в бизнесе, они чувствуют себя уверенно в этой нише. Например, для уверенных владельцев ПК и различных прикладных программ — это могут быть школы по обучению программирования или магазин по продаже этих изобретений.

Также стоит учитывать, что сегодня внешность играет очень важную роль. В настоящее время внешний вид может повлиять и на успешность в карьере. Поэтому практически все молодые люди придают очень важное значение тому, как и во что они одеты.

Они готовы проводить все свободное время в брендовых магазинах, тратить огромные деньги на их товар, для того, чтоб подчеркнуть свой статус. Поэтому что в современном мире внешний вид человека — показатель престижа и самостоятельности. Они демонстрируют свое хорошее финансовое положение,

обеспеченность, успех. Например, за лимитированные кроссовки молодые люди готовы отдать около 100 000 р. (На основе личных исследований, 40 % готовы отдавать свои последние деньги на кроссовки лимитированного издания.)

Стоит отметить, что магазинов таких у нас нет, и купить новую вещь можно разве что по Интернету, заказом из другой страны.

Молодежь хорошо разбирается в модной одежде, и знают, на какой товар будет большой спрос. Потому что для некоторых это хобби, они покупают лимитированную одежду и коллекционируют ее.

Почему эта бизнес идея только для молодых людей? Потому что человек зрелых возрастов даже не знает, что такое «GUCCI», «The North Face», «Levis» и т.д. (Основано на личном исследовании, 87 % людей не знают об существовании этих брендов.)

Так же при опросе молодых людей 98 % знают и предпочитают носить определенный брендовый вид одежды (опрос был как мужчин, так и женщин).

Исходя из всего перечисленного следует отметить, что актуальность бизнеса не теряет свои приоритеты среди молодых людей, потому что государство поддерживает их инициативу в виде федеральных грантов и получений региональных и муниципальных субсидии. Облегчение налоговой ставки по налоговой статье № 112-03 «Об особенностях налогообложения при применении упрощенной системы налогообложения» от 30 ноября 2015 г. Учитывая все эти факторы можно с уверенностью сказать, что есть возможность у молодых начинающих предпринимателей открыть свое дело.

Но молодому предпринимателю следует знать, что кризис — это серьезная помеха в развитии своего дела. И это большой риск. По мнению экспертов, открытие собственного дела в сложной экономической обстановке, а именно в кризис, имеет свои преимущества:

Во время кризиса многие компании закрываются и из-за этого появляются свободные ниши, которые могут занять молодые предприниматели

Если Вы начинаете свое дело в тяжелых условиях, то в дальнейшем будете готовы к любым трудностям и сможете реструктуризировать бизнес.

Но нужно знать предпринимателю как минимизировать риски, потому что при ведении своего дела, а особенно в кризис, нужно свести все риски к минимуму.

Перед тем как принять решение на открытие собственного дела, нужно оценить, насколько актуальна данная идея, потому что ваша продукция или услуга должна вызывать интерес у потребителя.

Определиться с целевой аудиторией. Вы должны разбираться и иметь хорошее представление о том, к какой целевой аудитории принадлежат ваши клиенты. Узнать подробную информацию о их местожительстве, платежеспособности и т.д.

Необходимо исследовать рынок, чтобы выявить всех конкурентов. Это даст вам понять насколько высокий барьер входа на рынок, и вы поймете, стоит ли открывать свой бизнес.

И самое главное, необходимо проконсультироваться с опытным юристом, так как многие компании и малые предприниматели терпели крах из-за неграмотности в юридической сфере или отсутствия опытного юриста.

Можно поступить иначе, выявить вид деятельности или товар, который выгодно продавать в кризис, исходя из личных наблюдений или из практики. Как видно из практики, во время сложной экономической обстановке начинают процветать компании, которые выполняют государственные заказы или реализуют спецтехнику и строительные материалы. Также не стоит забывать о ювелирных магазинах, так как многие думают, что в кризис нужно срочно вкладывать деньги в драгоценные украшения, считая, что это выгодно. Они тратят все свои сбережения. Во время кризиса люди перестают доверять банкам и поэтому спрос на сейфы и секретные замки резко увеличивается, так как они хранят свой капитал дома. Выгоднее всего вложить деньги в сельское хозяйство, это может быть ваша ферма или вы можете инвестировать в предпринимателя и получать пассивный доход. Потому что в любую погоду и любом курсе люди всегда хотят есть. Будет разумным создать в кризис компанию, которая будет заниматься производством и продажей детских товаров.

Поэтому, если у Вас есть сомнения и вы думаете, стоит ли открывать бизнес в сложную экономическую обстановку, отбросьте все сомнения. Компания, которая вышла на рынок в сложных экономических условиях, при грамотном подходе победит всю конкуренцию.

### **Список использованной литературы**

1. Босчаева З.Н. Формула малого предпринимательства как основы развития регионов / З.Н. Босчаева. — М. : Экономика, 2012. — 254 с.
2. Бычков В.П. Экономика предприятия и основы предпринимательства в сфере автосервисных услуг : учебник / В.П. Бычков. — М. : Инфра-М, 2013. — 394 с.
3. Кондраков Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства : практ. пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. — М. : Инфра-М, 2013. — 446 с.
4. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства) : учебник / Н.Ю. Круглова. — М. : КноРус, 2013. — 440 с.
5. Макаров С.И. Основы предпринимательства / С.И. Макаров, М.В. Мищенко. — М. : КноРус, 2013. — 224 с.
6. Никушин В.В. Основы охранной деятельности в сфере предпринимательства / В.В. Никушин, В.В. Тишков. — Вологда : Инфра-Инженерия, 2016. — 128 с.
7. Рубин Ю.Б. Основы предпринимательства : учебник / Ю.Б. Рубин. — М. : МФПУ Синергия, 2016. — 464 с.
8. Сергеев А.П. Основы бизнеса (предпринимательства) (для бакалавров) / А.П. Сергеев. — М. : КноРус, 2013. — 440 с.
9. Чеберко Е.Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства : учеб. и практикум / Е.Ф. Чеберко. — Люберцы : Юрайт, 2016. — 420 с.

### **Информация об авторах**

*Бутин Михаил Алексеевич* — студент, кафедра государственного и муниципального управления, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: MishaB001@yandex.ru.

*Мустафаев Руслан Тарих-Оглы* — студент, кафедра государственного и муниципального управления, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: tsyeavpr@mail.ru.

### **Authors**

*Butin Mikhail Alekseevich* — Bachelor, Chair of State and Municipal Administration, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: MishaB001@yandex.ru.

*Mustafaev Ruslan Tarikh-Ogly* — Bachelor, Chair of State and Municipal Administration, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: tsyeavpr@mail.ru.

## РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ У СТУДЕНТОВ В ТАДЖИКИСТАНЕ

В данной статье рассматриваются формирование и развитие предпринимательских компетенций у студентов и будущих предпринимателей в Таджикистане, роль высших учебных заведений в подготовке и переподготовке предпринимателей для различных отраслей народного хозяйства, «кредитная система» образования и ее роль в подготовке различных специалистов народного хозяйства, роль предпринимателей в социально-экономическом развитии страны. Изучается влияние педагогических и психологических факторов на формирование и развитие предпринимательских компетенций.

*Ключевые слова:* предприниматель; компетенция; кредитная система образования; профессиональные навыки; система образования; кризисная ситуация; инновация.

F.M. Buriev

## THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL COMPETENCES OF STUDENTS IN TAJIKISTAN

This article discusses the formation and development of entrepreneurial competencies of students and future entrepreneurs in Tajikistan, the role of higher education institutions in the training and retraining of entrepreneurs for various sectors of the economy, «credit system» of education and its role in the training of various specialists of the national economy, the role of entrepreneurs in the socio-economic development of the country. The influence of pedagogical and psychological factors in the formation and development of entrepreneurial competencies is studied.

*Keywords:* entrepreneur; competence; credit system of education; professional skills; education system; crisis situation; innovation.

Под предпринимательскими компетенциями понимают круг вопросов, в которых человек обладает авторитетностью, познанием, опытом для успешного ведения предпринимательской деятельности; поведение, демонстрируемое в процессе эффективного выполнения задач в бизнесе [3].

Известный теоретик в области предпринимательского образования и лауреат Всемирной премии за вклад в исследования предпринимательства Бенгт Йоханниссон (Bengt Johannisson) выделяет следующие пять компетенций, которые необходимы для предпринимателя:

- понимать, зачем человек этим хочет заняться («знать, зачем»);
- уметь этим заниматься («знать, как»);
- понимать, с кем важно взаимодействовать, чтобы бизнес был успешным («знать, кто»);
- иметь хорошую интуицию, т.е. чувствовать, когда нужно запустить свой бизнес («знать, когда»);
- иметь знания по теме бизнеса («знать, что») [6].

Сложившаяся в Республике Таджикистан социально-экономическая ситуация требует эффективного решения многих актуальных проблем, таких как обеспечение продовольственной безопасности, создание новых рабочих мест, снижение уровня бедности, повышение качества жизни населения и многие другие проблемы. Мировая практика показывает, что в рыночной экономике эти проблемы во многом решают энергичные и предприимчивые предприниматели. В Таджикистане после обретения суверенитета в 1991 г. формирование предпринимательства и его развитие являются приоритетными. Президент республики Эмомали Рахмон в своих ежегодных посланиях Маджлиси Оли и Маджлиси Намояндагон неоднократно говорил о развитии предпринимательства, особенно в сфере внедрения новых технологий и производства конкурентоспособного товара. Считаю, что подготовка и переподготовка инициативных, энергичных и целеустремленных предпринимателей для различных отраслей народного хозяйства, особенно в производственной сфере, в нынешних социально-экономических условиях Республики Таджикистан являются очень актуальными.

Важнейшую роль в развитии предпринимательских компетенций, подготовке и переподготовке будущих предпринимателей играют высшие учебные заведения страны. В Таджикистане, по статистике, функционируют более 35 высших учебных заведений. Ежегодно высшие учебные заведения республики заканчивают более 35 тыс. студентов. Крупнейшие университеты республики расположены в Душанбе, Согдийской области и Кулябе.

Для улучшения системы образования и подготовки высококвалифицированных кадров во всех отраслях народного хозяйства, в том числе для улучшения предпринимательских компетенций, согласно постановлению Правительства Республики Таджикистан от 30 июня 2004 г. № 291 на 2004–2009 гг. осуществлен переход на кредитную технологию обучения в двух пилотных вузах республики: Таджикском государственном университете коммерции и Таджикском технологическом университете. В 2008 г. Таджикский государственный университет коммерции как пилотный вуз перешел на новую «кредитную систему» образования. Новая система образования предполагает интеграцию с европейскими образовательными стандартами. Этот опыт оказался успешным, и в последующие годы все вузы Таджикистана перешли на новую систему образования. Новая система обучения предполагает соответствующее реагирование на основные требования к образовательной системе, диктуемые современной ситуацией в мире: широкие возможности унификации, приоритет качественного образования, мобильность и гибкая реакция на изменения процесса образования. Она включает в себе больше деловых игр, кейсовые ситуации, что в конечном итоге формирует у будущих предпринимателей принятия верной решения в критических и кризисных ситуациях, вырабатывается критическая мышления и формируется предпринимательские компетенции.

Социально-экономические изменения, которые произошли за последние годы в Таджикистане, стимулируют студентов и будущих предпринимателей к инициативности и предприимчивости. Все вузы республики максимально стараются, подготовит и выпустить конкурентоспособных специалистов, которые бы отвечали всем современным требованиям развития общества.

Именно поэтому считаю, что очень важно своевременно студентам постараться для себя определить свое потенциальное место на трудовом рынке труда, и спланировать свою карьеру на несколько лет вперед. На формирование и реализацию профессиональной компетентности будущих предпринимателей существенное влияние имеет педагогические и психологические факторы. Во-первых, факторы, связанные непосредственно с человеком. Это способности и интересы человека, мотивация, принятие решения о смене ролей и статуса, особенности специализации.

Индивидуальными личностными факторами, препятствующими достижению карьерного успеха, являются отсутствие необходимых профессионально важных качеств, низкая мотивация, нерешительность, повышенная тревожность, ориентация на избегание неудач, утилитарные мотивы деятельности. Во-вторых, факторы, связанные с взаимодействием личности окружающих людей и организации. Это влияние других людей на профессиональную карьеру человека (родителей, друзей, коллег, руководителей), а также специфика организационной структуры, миссия и цели организации, тип организации [1].

Как итог, можно сделать следующие выводы:

1. На формирование и развитие предпринимательских компетенций студентов существенно влияют вузы и новая «кредитная система» образования.
2. Существенное влияние также оказывают педагогическое и психологические факторы.

### **Список использованной литературы**

1. Мохаммад М.М. Формирование профессиональной компетенции будущих предпринимателей в высших учебных заведениях Ирана : дис. ... канд. пед. наук : 13.00. 01 / М.М. Мохаммад. — Душанбе, 2013. — 154 с.
2. Ревин И.А. Развитие предпринимательских компетенций у студентов технического вуза [Электронный ресурс] / И.А. Ревин, Д.Л. Цыбулевская // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 2-1. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19415>.
3. Формирование и развитие предпринимательских компетенций молодежи : сб. тез. II междунар. науч.-практ. конф. / Алт. акад. гостеприимства. — Барнаул : Литера, 2017. — 440 с.
4. Экономика, статистика и информатика. — 2014. — № 6. — С. 3–8.
5. Johannisson B. University training for entrepreneurship: Swedish approaches / B. Johannisson // Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal. — 1991. № 3. — P. 67–82.

### **Информация об авторе**

*Буриев Фирдавс Махмадсолехович* — аспирант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [yavan@mail.ru](mailto:yavan@mail.ru).

## **Author**

*Buriev Firdavs Mahmadsolehovich* — PhD Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: yavan@mail.ru.

**ЭТНОГРАФИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

В данной статье рассмотрено понятие этнографического предпринимательства, определены факторы и особенности данного вида деятельности. Затронуты темы истории этнографического предпринимательства, его становление и развитие, а также особенности развития в России. Этнографическое предпринимательство тесно связано с миграцией населения. В статье также рассматривается этнографическое предпринимательство как некий адаптационный путь для мигрантов. В настоящее время тема является очень актуальна не только для такой многонациональной страны, как Россия, но и для всего мира в условиях глобализации.

*Ключевые слова:* этнографическое предпринимательство; миграция; адаптация; факторы; предпринимательство.

Е.И. Dontsova, Yu.A. Skorobogatova

**ETHNOGRAPHIC ENTREPRENEURSHIP**

This article discusses the concept of ethnographic business, identifies the factors and features of this type of activity. The topics of the history of ethnographic entrepreneurship, its formation and development, as well as the peculiarities of development in Russia are touched upon. Ethnographic entrepreneurship is closely related to the migration of the population. The article also considers ethnographic entrepreneurship as a kind of adaptation path for migrants. Currently, the topic is very relevant not only for such a multinational country as Russia, but for the whole world in the context of globalization.

*Key words:* ethnographic entrepreneurship; migration; adaptation; factors; entrepreneurship.

На данный момент проблема этнографического предпринимательства очень актуальна и для города Иркутска и Иркутской области, и для России в целом. Наша страна многогранна и богата различными народами и этносами, как новоприбывшими и нашедшими здесь новый дом, так и изначально являвшимися гражданами Российской Федерации. Это дает нам повод рассмотреть тему этнографического предпринимательства с двух ракурсов: со стороны иммигрирующего населения и со стороны местных народностей.

Для того, чтобы детально рассмотреть проблему, нам потребуется разобрать отличия определений «этнографический» и «этнический», если они существуют, а также немного углубиться в историю появления данного термина и рассмотреть его ключевые особенности.

Для начала разберем более широкие понятия, от которых произошли прилагательные «этнографический» и «этнический». Вот как определяет понятие этноса Т.В. Жеребило в своем справочнике: этнос (греч. ἔθνος — народ) — устойчивая совокупность людей, объединенных общими объективными либо субъективными признаками, в которые различные направления этнологии (этнографии) включают единый язык, происхождение, хозяйство, культуру, самосознание, территорию проживания, внешний вид, ментальность и др. [2].

Как можем заметить, автор не делает различий между этнографией и этнологией. Обратимся к труду Н.Р. Сурина: этнология (греч. ἔθνος «народ» + λόγος «учение, наука») — наука, изучающая этнические процессы, под которыми понимаются разнообразные аспекты жизнедеятельности этносов, а также других этнических общностей. В современной российской науке термин употребляется лишь с начала 1990-х гг., наряду с более традиционным названием дисциплины этнография. В западной науке зачастую этнография представляется как описательная, региональная дисциплина, а этнология — как теоретическая, обобщающая наука [15].

В данном случае автор указывает на то, что определение «этнография» является более традиционным, но все же понятия «этнографический» и «этнический» в нашем случае можно считать тождественными. Далее в тексте они будут использованы как взаимозаменяемые.

Теперь подробнее рассмотрим термин «этническое (этнографическое) предпринимательство». В нашем случае как основное определение можно принять формулировку А. Снисаренко: «...Под этническим предпринимательством понимается специфический способ организации и ведения бизнеса этнических меньшинств в инонациональной для них среде» [12, с. 139].

Получается, что данный вид предпринимательства определяется как сосредоточение временной или постоянной группы людей, которая предоставляет в определенной области этническое меньшинство в данных отраслях хозяйства, т.е. осуществляет предпринимательскую деятельность, базируясь на культурных и традиционных ценностях.

Автор отмечает, что история изучения этнического предпринимательства берет свое начало в середине XX в. в западном мире, и его изучение стало развиваться в 70–80-х гг. из-за большого потока мигрантов, которые ранее были бывшими колониями, а также довольно отстающих в экономическом плане стран в Европу и Северную Америку. По этой причине «этническое предпринимательство» больше относилось к «экономике аутсайдеров». Но на данный момент такой подход в корне неправильный.

Первое, что стоит отметить: еще в соцлитературе США в 50–60-е гг. XX в. много внимания уделялось разнообразным этническим группам в общественной и экономической системе американского социума. Ключевая роль была отдана работам экономической, социальной и культурной адаптации евреев-переселенцев, так как в середине XX в. в Америку переселилась значительная часть евреев из Европы. Однако и в то время евреев нельзя было назвать «экономическими аутсайдерами». Помимо этого, евреи как ино-этническая группа в значительной мере повлияли на развитие европейского капитализма [3].

Второе: в наши дни этнические диаспоры чаще всего являются авангардами очень подвижных и динамичных экономических структур. Приведем в пример китайскую диаспору «хуацзяо», которая оказывает значительную поддержку Китаю, как экономическую, так и политическую. Получается, что члены этих объединений представляют интересы Китайской Демократической Республики как государства в различных правительственных и международных организа-

циях [8, с. 77–80]. Выделяют также несколько видов особенностей этнографического предпринимательства. Автор книги «Культура и обмен» А. Сусоколов называет данный вид предпринимательства «феноменом» и выделяет порядка 12 его особенностей.

Под «этническим предпринимательством» понимается лишь тот вид деятельности, который основывается на связях внутри этнических групп, и обусловлен их осознанным выбором, а не их уровнем образованности или уровнем профессиональных навыков. В пример можно привести бывшие республики СССР: врачами и инженерами в основном работают русские. В данном случае это явление не рассматривается как «этническое предпринимательство».

Этническое предпринимательство, как правило, основывается на индивидуальном предпринимательстве. Оно образовывается в государственных предприятиях и учреждениях, но только тогда, если их государственный статус служит как прикрытие по факту частного владения (в пример можно привести некоторые овощные базы России в советский период).

Также феномен этнического предпринимательства не приводит к обязательной монополизации отдельной сферы хозяйства одной народностью. Этническое предпринимательство может занимать лишь отдельную часть рынка.

Данный феномен также не значит, что большое количество людей одной народности сосредоточено в отдельной отрасли. К примеру, азербайджанцы в городах Российской Федерации сосредоточены не только в торговой отрасли — очень часто они приезжают в Россию как квалифицированные специалисты в сфере нефте- и газодобычи, в машиностроении.

Однако тут стоит отметить, что существует ряд этнических ниш, которые с большей долей вероятности будут занимать мигранты в случае переезда и открытия собственного дела в чужом регионе или чужой стране. Социолог В. Радаев выделил четыре ниши, указанные в таблице [10, с. 117]. Хотя и А. Сусоколов говорит о том, что нет большой взаимосвязи между этническими предпринимателями и отдельными видами отрасли, В. Радаев все же выделил наиболее вероятные ниши.

Таблица 1

**Ниши, занимаемые предпринимателями-мигрантами**

Ниша	Краткое описание
Первая	Продажа и производство товаров для потребления представителями определенного этнической группы переселенцев, к которой, как правило, относятся сами предприниматели. Основана на эпизодических миграциях
Вторая	Включает в себя продажу товаров для представителей местного этноса — предложение необычных товаров на локальном рынке. В ее основе лежит маятниковая миграция из Закавказья, некоторых других стран и регионов. Как правило, на таких рынках превалирует монополия
Третья	Удовлетворение потребностей населения в услугах, связанных с переселением в другой регион на постоянное место жительства. Как правило, представители этнического бизнеса организуют влиятельное и прибыльное дело. Этот факт говорит о прочном закреплении таких предпринимателей на российском рынке

Ниша	Краткое описание
Четвертая	Закрепление в тех отраслях, которые крайне непопулярны среди местного населения. Такие рынки, как правило, неустойчивы. Организаторы такого бизнеса — сезонные и вынужденные мигранты

Следующая особенность заключается в том, что этническое предпринимательство, как правило, рассчитывает на помощь местного управления, которые хотят работать с переселенцами из других регионов, так как они, зачастую, не имеют таких же прав, как коренное население. Это облегчает властям получение нелегальной прибыли.

Люди какой-либо народности в чужой национальной среде обычно формируют несколько компаний, как правило, никак с друг другом не связанных. Такие группы могут формироваться из-за разных волн миграции, могут происходить из различных социальных слоев или с разных территорий изначального региона проживания этого народа. Подобные социальные группы могут вступать либо же не вступать во взаимодействие.

Этнографическое предпринимательство, в основном, формируется из мигрантов или временных проживающих. Однако не редкость, что основу составляют постоянно проживающие в этом регионе люди, относящиеся к данной народности, которые используют мигрантов как свою рабочую силу.

Представители данного вида предпринимательства зачастую скрывают свой уровень доходов, формируя тем самым теневую сферу экономики; часто бывает, что этнические предприятия имеют в основе «криминальный» тип системы. Это значит, что они собирают себе часть доходов с деятельности представителей данной национальности. Они забирают часть доходов как с фирм, которые образуются при помощи этой общины, так и возникших самостоятельно.

Если за рубежом членами «системы» этнического предпринимательства являются мигранты, то система взаимодействия и порядок отношений внутри этих групп, которые ведут данную предпринимательскую деятельность, зависят, в основном, от их отношений на исторической родине. Зачастую прибыль от такой деятельности поступает в фонды национальных организаций, а не только распределяется между семьями участников.

Отношения внутри таких структур, занимающихся этническим предпринимательством, как правило, базируются на общей ментальности и личной и корпоративной культуре. Она поддерживается как взаимодоверием и уважением, так и дисциплиной. Данная форма взаимодействия в большей степени распространена у азиатских народностей и представителей этносов Кавказа. Этот факт нужно принимать во внимание, когда речь идет о сотрудничестве с предпринимателями, относящимися к данной культурной среде.

Внутри групп этнических предпринимателей можно часто встретить определенные системы защиты и взаимопомощи в случае, если возникнут финансовые проблемы. Также можно получить аванс на начальном этапе создания собственного дела. Подобным отношением этническое сообщество сохраняет устойчивость своих финансовых поступлений и безопасность принимаемых решений относительно различного рода бизнес-проектов.

Этническое предпринимательство, как показывает практика, развивается только в направлениях, которые не очень сильно развиты и, как правило, не популярны среди основного населения регионов; и наоборот, для мигрирующих представителей населения эти виды деятельности являются традиционными [14, с. 221–225].

Что касается такого многонационального государства, как Россия, этнические диаспоры оказывают огромное влияние, и это вынуждает страну считаться с их интересами, в отдельных ситуациях даже в ущерб интересам местного населения.

Спланированные действия представителей одной национальности в определенной сфере экономики, как мы уже отметили ранее, дают им возможность достаточно стремительно развивать собственные проекты и эффективно развиваться в как в определенных регионах, так и по всей стране, так как представители этнографического предпринимательства умеют налаживать связи с государственными и правоохранительными органами, политическими и общественными организациями.

Можно сделать вывод о том, что на данном этапе в России этнографическое предпринимательство является крупным сегментом экономики, пренебрегать которым просто невозможно [4].

Итак, как уже отмечалось в начале, в статье будет рассматриваться тема этнографического предпринимательства с двух сторон, и начнем мы с более широкой темы: предпринимательство иммигрантов.

Этническое предпринимательство, по мнению С.В. Рязанцева, неразрывно связано с этническими миграциями как формой социально-экономической адаптации мигрантов, которые, попав в иную среду, мобилизуют свои внутренние ресурсы и, пытаясь выжить, открывают собственное дело [11].

Нельзя не отметить, что Россия занимает одно из первых мест по уровню иммиграции. В 2013 г. в России насчитывалось более 11 млн прибывших за последние 22 года (начиная с 1991 г.), что составляло около 7,7 % от общего числа жителей России [13].

Как мы можем видеть на рис. 1, большой скачок иммиграционного потока произошел в 2011 г., и рос последующие 5 лет, а далее имел лишь незначительный спад в 2016 г. [1].

В основном в Российскую Федерацию пребывают люди из стран бывшего СНГ и ближнего зарубежья: в 2013–2014 гг. таких иммигрантов было более 952 тыс. человек, что составляет около 88,7 % от общего числа прибывших за эти два года (1 073 048 человек).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Россия как страна очень благоприятна для развития этнографического предпринимательства.

Что же касается Иркутской области, несмотря на то, что миграционные оттоки превышают миграционные притоки, структура прибывших и убывших неодинакова. Это значит, что местное население имеет тенденции покидать область, в то время как мигранты из других областей, стран СНГ и ближнего зарубежья приезжают на постоянное место жительства. За два последних года их число прибывших превысило отметку 48 тыс. человек [5].



*Рис. 1. Международная миграция*

В основном бизнес мигрантов в Иркутской области не отличается от бизнеса, организованного представителями местного населения, либо же занимает одну из ниш, представленных в таблице.

Несмотря на то, что вторая сторона этнографического предпринимательства (о которой речь пойдет ниже) очень развита как в Иркутской области, так и по России в целом, проблема этнографического предпринимательства рассматривается лишь с одной стороны — как о форме адаптации мигрантов, о чем мы рассуждали выше. Это связано прежде всего с уровнем миграции населения, а также с интересом к уже описанным феноменам этнографического предпринимательства.

Однако существует также другая, не менее интересная, сторона этнографического предпринимательства — рассказывать гостям региона о местных и культурных особенностях, проживающих в данном регионе национальностей, так как Россия, а в особенности отдельные ее регионы, являются очень привлекательными объектами для посещения.

Для Иркутской области представителями местного этноса будут выступать русские, украинцы, буряты и татары. На областной территории проживают 2 408 901 человек (данные на 2017 г.) (рис. 2).

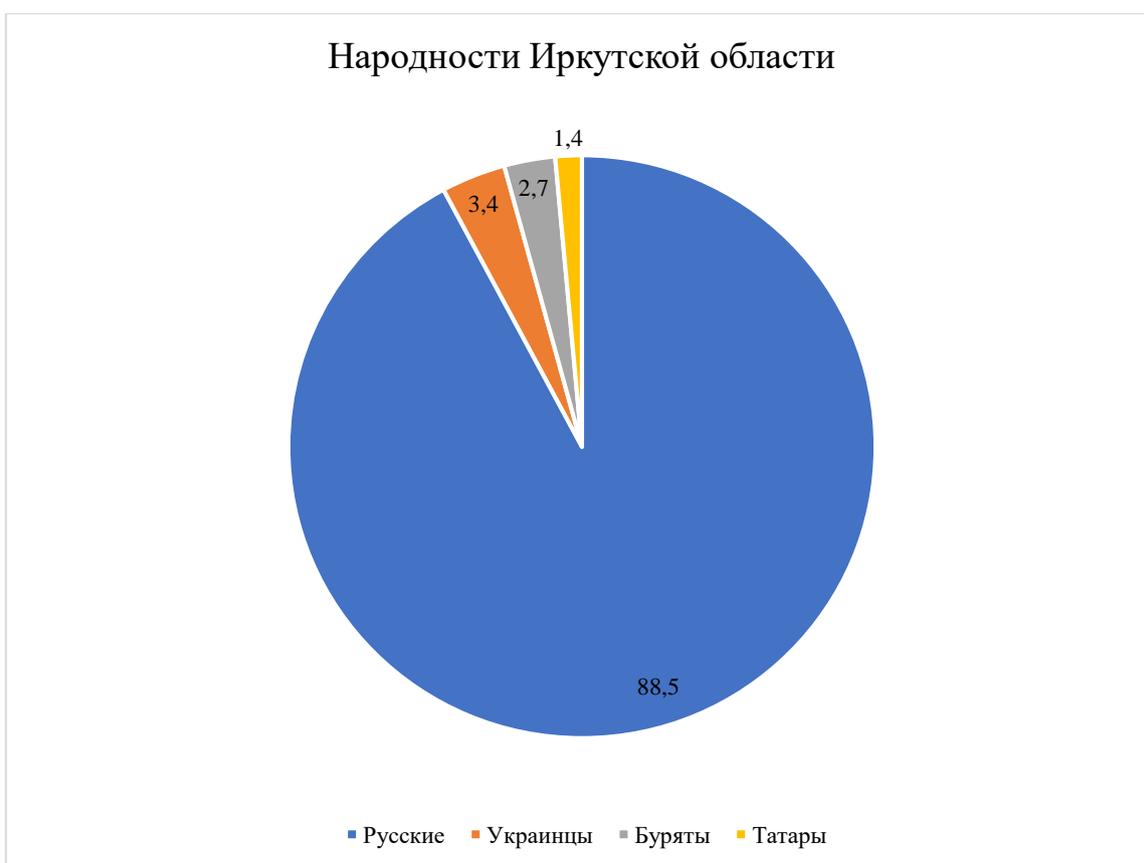
В Иркутске данное направление этнического предпринимательства очень перспективно и широко распространено, т. к. Иркутская область — это один из наиболее привлекательных регионов для туристов. Согласно национальному туристическому рейтингу, Россия входит в двадцатку самых привлекательных для туристов регионов страны [6].

В качестве критериев для отбора были выделены:

- уровень развития туристического бизнеса (на душу населения: общее число мест в гостиницах; число жителей, занятых в сфере туризма);
- оборот туристических услуг (количество рублей, заработанных в сфере туризма — на каждого жителя региона);
- популярность региона у россиян (по количеству ночевков в гостиницах);

- популярность региона у иностранцев (по количеству ночевков в гостиницах);
- туристическая уникальность (рейтинг достопримечательностей и курортов — по данным ЮНЕСКО, материалам СМИ и экспертным оценкам);
- экологическое «здоровье» региона;
- криминогенная ситуация (количество преступлений на тысячу жителей);
- развитость транспортной и социальной инфраструктуры, обеспеченность объектами культуры;

популярность региона как туристического бренда в интернете (количество запросов в поисковых системах; количество публикаций на русском и английском языках) [6].



*Рис. 2. Народности Иркутской области, %*

Итак, существует несколько путей, как местные предприниматели рассказывают гостям области о культуре и местных особенностях:

- предложение национальной кухни;
- создание и продвижение этнических культурных мест;
- уникальные «этнические» экскурсии и развлечения.

Приведем примеры для каждого из данных пунктов, взяв территорию рода Иркутска — он является административным центром области.

Национальная кухня, ровно, как и язык народа, отражает его культуру и традиции. В Иркутске предложения национальной кухни — самый распространенный вид этнического предпринимательства. Предложения традиционных русских блюд можно получить в более чем 400 заведений по всему городу, по

данным сервиса 2GIS [10]. Традиционные бурятские блюда можно испробовать в более чем 100 заведений города, украинских — 2, татарских — 1.

Двумя яркими примерами этнических культурных мест являются этнографический музей Тальцы и бурятская деревня на острове Ольхон. Последняя находится в частном владении: хозяева оказывают экскурсионные услуги. Хотя Тальцы и являются муниципальной собственностью, на их базе работает множество частных гидов и туристических фирм, а также кафе в частной собственности. Это приводит к привлечению капитала и развитию работы всей системы в целом [16, 7].

Что же касается уникальных этнических экскурсий и развлечений, то они на настоящий момент развиты не хуже, чем предложения национальной кухни: можно прокатиться на байдарках по Ангаре и на саях в упряжках, пройти по местам проживания Декабристов и даже посетить мастер-класс по сибирскому пению.

Все это является частью этнического предпринимательства в городе Иркутске и Иркутской области. Оно является очень важной частью привлечения капитала и способствует развитию региона как туристического и культурного центра Сибири.

### Список использованной литературы

1. Демография населения [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
2. Жеребило Т.В. Термины и понятия лингвистики: Общее языкознание / Т.В. Жеребило. — Назрань : ООО Пилигрим, 2011.
3. Зимбарт В. Буржуа. Евреи и хозяйственная жизнь / В. Зимбарт. — М. : Адир-пресс, 2004.
4. Киселева Е.С. Этническое предпринимательство [Электронный ресурс] / Е.С. Киселева // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки : электр. сб. ст. по материалам XXXVII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 8 (37). — Режим доступа: [https://nauchforum.ru/archive/MNF\\_social/8\(37\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/8(37).pdf).
5. Миграция населения Иркутской области по видам миграции [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://irkutskstat.gks.ru>.
6. Национальный рейтинг миграции [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://russia-rating.ru>.
7. Отдых на Байкале [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.baikalov.ru>.
8. Попов В.В. Три капельки воды: заметки некиитаиста о Китае / В. В. Попов // Социологические исследования. — 1993. — № 5. — С. 77–80.
9. Радаев В.В. Экономическая социология / В.В. Радаев. — М., 1998.
10. Русская кухня [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://2gis.ru>.
11. Рязанцев С.В. Этническое предпринимательство как форма адаптации мигрантов [Электронный ресурс] / С.В. Рязанцев. — Режим доступа: [www.antax.ru](http://www.antax.ru).
12. Снисаренко А. Этническое предпринимательство в большом городе современной России / А. Снисаренко. — М. : Неформал. экономика, 1999.

13. Страны с наибольшим количеством иммигрантов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rate1.com.ua/obshchestvo/uroven-zhizni/2752>.

14. Сусоколов А.А. Культура и обмен: Введение в экономическую антропологию / А.А. Сусоколов. — М. : РуссКап панорама, 2006.

15. Щеглова Л.В. Становление этнологии как науки. Культура и этнос. Учебное пособие для самостоятельной работы студентов / Л.В. Щеглова. — Волгоград : Перемена, 2002.

16. Этнографический музей Тальцы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://talci-irkutsk.ru>.

### **Информация об авторах**

*Донцова Елена Игоревна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [dontsova\\_5555@mail.ru](mailto:dontsova_5555@mail.ru).

*Скоробогатова Юлия Александровна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [skorobogatovaya@bgu.ru](mailto:skorobogatovaya@bgu.ru).

### **Authors**

*Dontsova Elena Igorevna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [dontsova\\_5555@mail.ru](mailto:dontsova_5555@mail.ru).

*Skorobogatova Yuliya Aleksandrovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [skorobogatovaya@bgu.ru](mailto:skorobogatovaya@bgu.ru).

**МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ЗА РУБЕЖОМ:  
СПЕЦИФИКА И УНИКАЛЬНОСТЬ.  
ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ С РОССИЕЙ**

В статье проводится анализ уровня развития малого предпринимательства в Таиланде, Вьетнаме и в Китае. Определяются место и роль малого предпринимательства в структуре экономики. Малые предприятия являются источником научно-технических достижений, инновационных продуктов и новых технологий. От развития малого бизнеса зависит благосостояние общества. Также представлены основные сферы развития малого предпринимательства в каждой стране и критерии отнесения предприятия к малому, такие как: число занятых работников на предприятии, выручка, доля малых предприятий в общем количестве предприятий. Анализируется государственная поддержка и определяются основные инструменты поддержки малого бизнеса. Цель государственной поддержки — обеспечение устойчивого развития малого бизнеса в производственной, инновационной и других сферах. Уделяется внимание к рассмотрению особенностей экономических связей с Россией, где отражены товарооборот, экспорт, импорт, основные статьи российского экспорта, основные статьи российского импорта, инвестиционное сотрудничество и др.

*Ключевые слова:* малое предпринимательство; Китай; Таиланд; Вьетнам; отрасль; государственная поддержка; экономическая связь; критерии; экспорт; импорт.

Y.V. Isachenko, Yu.A. Skorobogatova

**SMALL BUSINESS: THAILAND, VIETNAM, CHINA:  
SPECIFICITY AND UNIQUENESS.  
PECULIARITIES OF ECONOMIC RELATIONS WITH RUSSIA**

The article analyzes the level of small business development in Thailand, Vietnam and China. The place and role of small business in the structure of the economy is determined. Small enterprises are a source of scientific and technological achievements, innovative products and new technologies. The welfare of society depends on the development of small business. The main areas of small business development in each country and the criteria for classifying the enterprise as small are also presented, such as: the number of employed workers in the enterprise, revenues, and the share of small enterprises in the total number of enterprises. The state support is analyzed and the basic tools of small business support are determined. The purpose of state support is to ensure the sustainable development of small businesses in production, innovation and other spheres. Attention is paid to the consideration of the specifics of economic relations with Russia, which include turnover, exports, imports, the main items of Russian exports, the main articles of Russian imports, investment cooperation.

*Keywords:* small business; China; Thailand; Vietnam; branch; state support; economic connection; criteria; export; import.

Экономическое развитие разных стран зависит от степени развития предпринимательства. Малое предпринимательство обязательно должно развиваться, так как оно стремится оказать финансовую поддержку государству, предоставляет большое число рабочих мест, является реализатором инновационных идей, а также имеет много других преимуществ.

В каждой стране малый бизнес развивается по-разному. В современной обстановке развитие внешних и увеличение экономических связей нашей страны с такими странами, как Таиланд, Вьетнам и Китай имеет высокую актуальность. Эти страны демонстрируют высокую динамику роста экономики в системе внешнеэкономических мировых связей. При сотрудничестве этих стран с Россией появятся новые проекты, которые задействуют большое количество субъектов в таких сферах, как транспорт, сельское хозяйство, инновации, энергетика, промышленность [10].

Помимо положительных характеристик партнерства со странами существует и ряд сложностей. Одной из проблем является недооценка условий. В этих странах рынок высоко конкурентный, в нем трудно найти независимую нишу. Для того чтобы получить определенную долю в структуре экономики, организации стран Таиланда и Вьетнама должны предлагать высокотехнологичные и конкурентоспособные услуги и товары, которые способны к завоеванию авторитета на других рынках. Одним из нерешенных на сегодня факторов является недостаток информации в нашей стране о возможностях для кооперации. Главная проблема — это недостаточное количество информации об особенностях и возможностях ведения малого предпринимательства. Для преодоления информационного разрыва расходуется большое количество ресурсов, на формирование деловых контактов между странами. В странах Таиланда, Вьетнама и Китая расширение присутствия способно увеличить доступ к возможностям и информации данных стран [10].

В России существует множество подходов к определению понятия «малый бизнес». Если рассматривать более широкое понятие малого бизнеса, то он представляет собой совокупность юридических и физических лиц малых предпринимателей. В более узком смысле малый бизнес представляет собой коммерческое частное предприятие, которое отвечает индивидуальным критериям для каждой отрасли и государства. В настоящее время используется нормативно-правовой акт, который устанавливает новые критерии отнесения предприятий, установленные Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [1].

В разных странах в понятие малое предпринимательство на уровне нормативных документов вкладывают различные значения. От большинства предприятий зарубежных стран малые предприятия в России имеют определенные отличия:

- совмещение нескольких видов деятельности в пределах одного малого предприятия;
- в большинстве случаев невозможно ориентироваться на модель развития одного продукта;
- в сочетании с существенным инновационным потенциалом низкий технический уровень [2, с. 4].

Рассмотрим малое предпринимательство в Таиланде. Таиланд входит в группу новых индустриальных стран, экономика основана на первенствующем развитии сферы услуг и промышленности. Объем ВВП — 8 440 дол. США на душу населения. Удачно развивается направление, связанное с привлечением иностранного капитала в экономику страны, посредством создания хорошего инвестиционного климата. Главные сферы инвестиций: добыча газа и нефти, обрабатывающая промышленность, а в сфере услуг в гостиничное дело и туризм. Основное направление внешнеэкономической политики — это обеспечение многостороннего участия страны в процессе глобализации.

Таиланд по форме правления является монархия, особое место занимает армия. По сравнению с другими странами своего региона Таиланд живет довольно спокойно, политические катаклизмы — это перевороты, которые связаны с особенностями государства. Никакого отрицательного влияния эти политические междоусобицы не оказывают на состояние бизнеса. Таиланд является страной малого предпринимательства. Можно отметить, что малые предприятия являются базой экономики страны [9].

Основные критерии отнесения предприятия к малому:

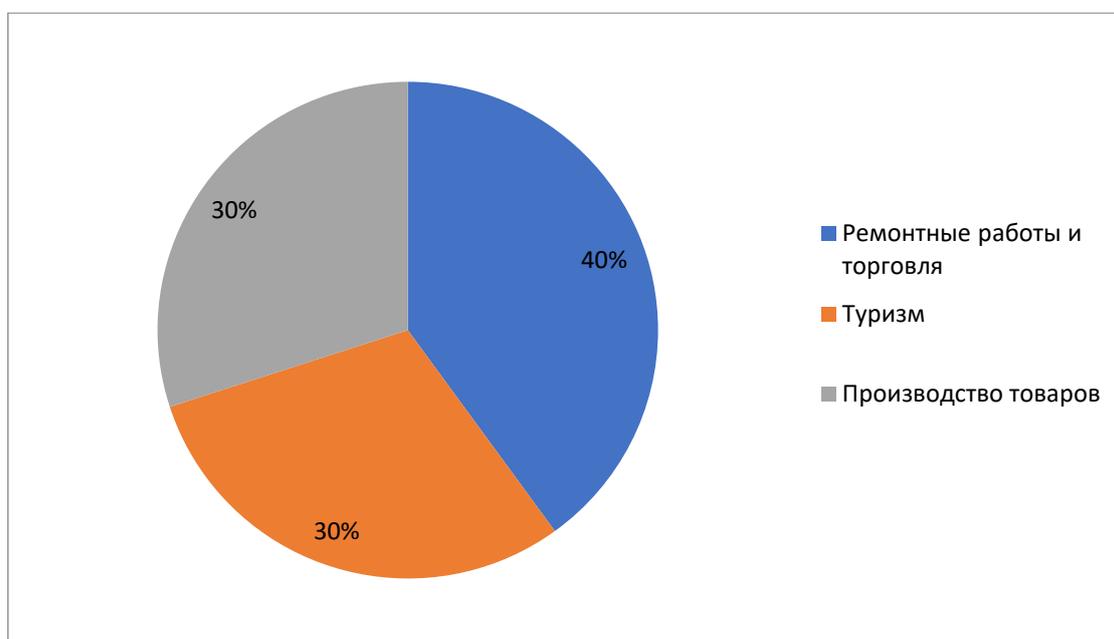
1. В сфере услуг и обрабатывающей промышленности: число занятых работников на предприятии не больше 50 человек; выручка не должна быть больше 11 млн дол. США.

2. В оптовой торговле: число штатных работников на предприятии не больше 25 человек; выручка так же не должна превышать 11 млн дол. США.

3. В розничной торговле: число штатных работников на предприятии не больше 15 человек; выручка не должна превышать 9 млн дол. США [9].

Малое предпринимательство в Таиланде в основном специализируется на ремонтных работах и торговле, затем в сфере туризма, она представляет разные организации от туроператоров, организующих туристические поездки до деревень, в которых производят различные сувениры. И также производство, самая меньшая часть из малых предприятий производят уникальные товары, таким товаром может быть мебель в определенном стиле (рис. 1). В Таиланде качество продукции высокое, поэтому страна много товаров поставяет на экспорт: предметы интерьера, одежду, обувь, фрукты, морепродукты и т.п.

Что касается кредитов, банки не особо кредитуют малый бизнес, а если соглашаются, то условия у банков совсем невыгодные. Кредитованием малого предпринимательства занимается государство. В данной стране банков и программ по кредитованию существует большое количество, например Государственный банк. В среднем он выдает 15 тыс. кредитов, каждый из которых может составить 100 тыс. дол. США. В условиях экономического кризиса Государственный банк выдает кредиты малому предпринимательству под очень низкие проценты, выделяются финансовые ресурсы тем предприятиям, которые занимаются строительством жилья. В сельской местности расширена программа на увеличение малых предприятий [10].



*Рис. 1. Специализация малого предпринимательства Таиланда*

Между Россией и Таиландом торгово-экономические связи являются важным элементом отношений. В 2016 г. между Россией и Таиландом товарооборот составил 1 762,7 млн дол. США, российский экспорт составил 616 млн дол. США, импорт — 1 146,7 млн. Основные статьи российского экспорта: минеральные продукты (45,2 %), машины и оборудование (17,4 %), металлы и изделия из них (16,6 %). Основные статьи российского импорта — машины и оборудование (55,1 %), продукция химической промышленности (19,9 %), продовольственные товары и сырье (11,2 %). Успешно развивается инвестиционное сотрудничество в разные проекты, наиболее крупный проект по вложению — строительство комбикормового завода и семи свиноферм в Калужской, Московской и других областях [12].

Малое предпринимательство во Вьетнаме. В последнее десятилетие малое предпринимательство занимает важное место в процессе развития экономики во Вьетнаме. Малый бизнес не только увеличивается в масштабе, но и помогает качественным изменениям экономики: создание рабочих мест, развитие новых технологий, диверсификация отраслей промышленности, пополнение государственного бюджета. Вьетнам — это страна с рыночной социалистической экономикой, это означает, что стратегию экономического и политического развития устанавливает правительство. Полная самостоятельность предоставлена предприятиям с различной формой собственности. По проценту занятых малый бизнес во Вьетнаме занимает лидирующее место — 94,9 % от общего числа трудоспособных граждан. Вьетнамцы чаще всего работают на малых предприятиях, так как на крупных предприятиях занято всего 1,6 % населения (рис. 2) [8].

В последнее время во Вьетнаме многие фабрики и заводы стали акционерными обществами, существует много совместных предприятий, допускается открывать предприятия со 100% капиталом. Гостиничный бизнес является одним

из самых прибыльных. Кроме сферы услуг иностранцы вкладывают свои средства в производство, например электроники, это обусловлено сравнительно недорогой рабочей силой и теплым климатом. Также во Вьетнаме популярным считается производство мебели, в особенности из бамбука и красного дерева и производство программного обеспечения. Страна экспортирует кофе, рис, каучук, морепродукты, какао.

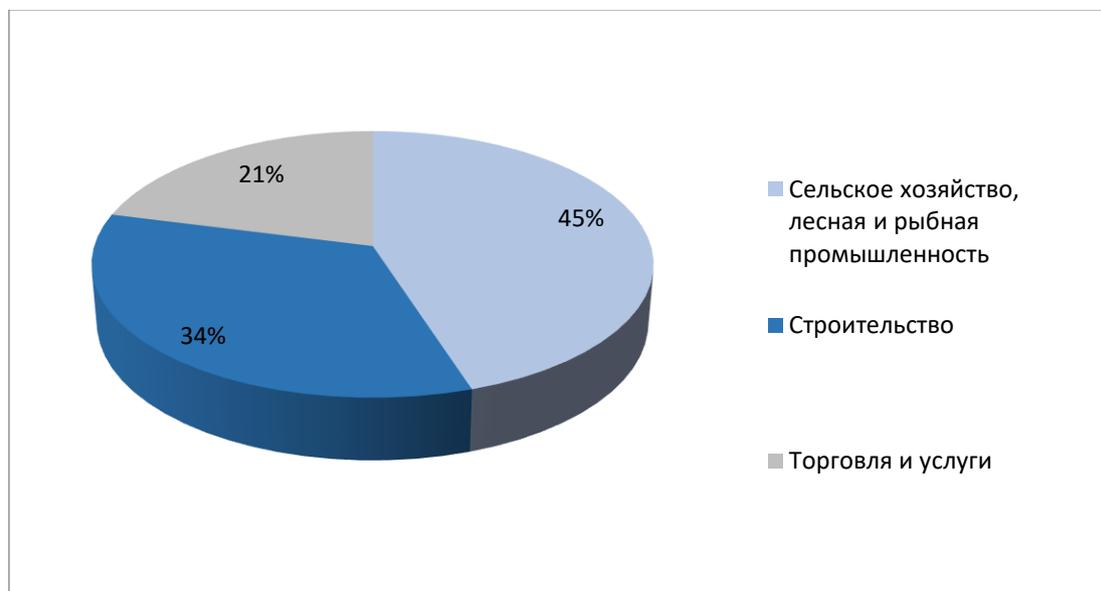


Рис. 2. Доля малых предприятий Вьетнама по численности занятых на 2016 г.

Критерии отнесения предприятия к малому:

1. Сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыболовство: число занятых работников на предприятии не больше 200 человек; выручка не должна превышать 9,7 млн дол. США.

2. Промышленность и строительство: число занятых работников на предприятии не больше 200 человек; выручка не должна превышать 9,7 млн дол.

3. Торговля и сфера услуг: число занятых работников на предприятии не больше 50 человек; выручка не должна превышать 4,6 млн дол. США [6, с. 63–64].

Государство сосредоточено на создании бизнес-среды и правовой основы. Оно инвестирует в развитие инфраструктуры, выделяет крупные средства на развитие малого бизнеса. Во Вьетнаме 2016 год стал годом стартапов. За первые четыре месяца в 2017 г. вышли 39 500 стартапов [8].

Что касается экономических связей, то Вьетнам является торговым партнером России. По данным статистики Россия является четвертым партнером среди европейских стран после Великобритании, Франции и Германии. Доля России составляет более 8 % в товарообороте Вьетнама с Европой. Российский экспорт составляют металлы, металлоизделия, машины, оборудование, удобрения. Основная часть Российского импорта из Вьетнама в товарной структуре приходится на продовольственные товары 43 %, такие как: фрукты, овощи, рис, перец, кофе, морепродукты, масло. На изделия легкой промышленности (обувь, одежда) 27 %. Экспорт из России во Вьетнам проходит не только по официаль-

ным каналам, но и путем прямого экспорта вьетнамских фирм и через лиц, которые работают в России. Товары, экспортируемые из Вьетнама в Россию, поставляются в большей степени по некоммерческому пути и по неофициальным каналам вьетнамской общиной, работающей в России [13].

Малое предпринимательство в Китае. В настоящее время малое предпринимательство в Китае развивается успешно. Несколько лет назад правительство Китая приняло решение перенаправить экономику страны с ресурсоемких предприятий на предприятия малого предпринимательства. Результаты работы можно заметить уже в настоящее время, ведь в магазинах Китая большое количество дешевых товаров, они производятся на малых предприятиях. Малый бизнес можно охарактеризовать, как научный двигатель страны, по причине того, что предприятия производят большое количество технических изобретений и инновационной продукции, к тому же продукция, которую предоставляют на экспорт, произведена на малых предприятиях [3, с. 1].

Наибольшую часть рынка в Китае занимают предприятия малого бизнеса. На долю малого предпринимательства приходится 80 % зарегистрированных патентов, совокупные поступления налоговой базы составляют 88,7 % от общего числа, 85 % инноваций в сфере высоких технологий [7, с. 2].

В табл. 1 представлены основные критерии отнесения предприятия к малому в Китае.

Таблица 1

### Критерии малого предприятия в Китае

Отрасль	Среднесписочная численность работников, чел.	Годовая выручка, млн р.
Строительство	$\geq 600$	$\geq 695$
Производство	$\geq 300$	$\geq 695$
Торговля	$\geq 100$	$\geq 298$
Транспорт	$\geq 500$	$\geq 298$
Связь	$\geq 400$	$\geq 298$

В этой стране особое внимание уделяется производству одежды и обуви, продуктам питания, игрушкам, мото- и автотехнике, деталям строительного и транспортного машиностроения. Производится больше всего изобретений, инноваций и технических новинок, по сравнению с другими странами. Дизайнерские агентства, исследовательские лаборатории, проектные бюро и другие малые предприятия в области программирования и новых технологий производят современную продукцию. Также здесь создан первый научно-технический парк дизайна и промышленного проектирования для предприятий, которые специализируются на дизайне упаковок и реклам, проектирование интегральных схем, электронных приборов, машиностроительной продукции.

Поддержкой малого предпринимательства занимается Китайский центр кооперации и координации бизнеса. Китайский центр считается специальным

агентством по поддержанию малого предпринимательства и обеспечивает технологическую и экономическую кооперацию между зарубежными и национальными организациями поддержки предпринимательства.

Основные функции Китайского центра:

- изучение проблем малого бизнеса;
- сбор сведений и разработка политики для малого бизнеса;
- создание системы оказания услуг;
- организация выставок, торговых ярмарок;
- обучение и консультирование бизнеса [3, с. 2].

Особенности экономических связей России с Китаем. За последние 15 лет Россия и Китай во много раз увеличили объем товарооборота, увеличили пользование национальных валют, приняли меры по поддержке инвестиционного сотрудничества и достигли успехов в области инноваций. Экономические связи этих стран обеспечивают возможность увеличения объемов и повышения качества экономического сотрудничества в сфере инвестиций, сельского хозяйства, электроэнергетики, науки и техники, транспорта и др. Российско-китайское торгово-экономическое сотрудничество в основном осуществляется по линии крупных государственных компаний, основой выступают «магистральные мега проекты» в строительстве объектов инфраструктуры, энергетике. Главными участниками двустороннего сотрудничества являются представители министерств и ведомств, руководители крупных компаний [5, с. 14–15].

В 2016 г. внешнеторговый оборот России и Китая составил 66 млрд дол. США. У России отрицательный торговый баланс с КНР: в 2016 г. экспорт составил 28 млрд, а импорт — 38,1 млрд дол. США. Более половины российского экспорта в Китай приходится на поставки минерального топлива, нефти и нефтепродуктов (60,7 %), затем следуют древесина и изделия из нее (9,4 %), цветные металлы (9 %), рыба и морепродукты (3,5 %), химическая продукция (3,3 %). Основные категории импорта в РФ из КНР: машины и оборудование (35,9 %), одежда (13,7 %), продукция химической промышленности (9,1 %), пушнина и изделия из меха (5,6 %), обувь (5,3 %) и мебель (3,0 %) [11].

На основании анализа стран можно охарактеризовать общие критерии малого бизнеса в странах (табл. 2).

Таблица 2

### Критерии малого бизнеса

Показатель	Таиланд	Вьетнам	Китай
Выручка, млн р.	≥ 660	≥ 580	≥ 690
Численность сотрудников, чел.	15–50	50–100	100–600
Доля малых предприятий в общем количестве предприятий, %	70	66	80
Доля нового бизнеса, %	23	16	17
Уровень поддержки малого предпринимательства	Средний	Высокий	Высокий

Из табл. 2 можно сделать вывод, что малый бизнес хорошо развивается во всех трех странах, но динамичней всего развивается в Китае, исходя из таких показателей: выручка, доля малых предприятий и уровень поддержки малого бизнеса.

Таким образом, в Таиланде, Вьетнаме и Китае малое предпринимательство занимает важное место в процессе развития экономики. Каждая страна имеет свои особенности по развитию малого бизнеса и специализируется в каждой сфере по-разному. Несмотря на недостаточное количество информации об особенностях и возможностях ведения малого предпринимательства, исходя из анализа малого предпринимательства каждой страны, были рассмотрены: специфика и уникальность малого предпринимательства, особенности экономических связей.

Отличительные особенности малого предпринимательства в Таиланде:

- входит в группу новых индустриальных стран;
- самая высокая доля нового бизнеса, что составляет 23 %;
- популярная сфера малого предпринимательства — это туризм и торговля.

Отличительные особенности малого предпринимательства в Китае:

- динамичность малого бизнеса;
- большой удельный вес в общем числе предприятий и в ВВП страны;
- ориентация на обрабатывающие отрасли и отрасли передовых технологий;
- большая инновационная ориентированность малого бизнеса.

Отличительные особенности малого предпринимательства во Вьетнаме:

- занимает лидирующее место по проценту занятых в малом предпринимательстве — 94,9 %;
- гостиничный бизнес один из самых прибыльных;
- высокий уровень поддержки малого предпринимательства.

При рассмотрении экономического сотрудничества данных стран с Россией можно утверждать, что между этими странами существуют специфические отношения, положительно развивающиеся и приносящие блага странам с точки зрения экономического развития, культуры, туризма, национальной безопасности, науки и техники, образования и др.

### **Список использованной литературы**

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

2. Волкова-Гончарова Т.А. Современная оценка экономического и налогового потенциала малого предпринимательства: региональный аспект: науч. издание / Т.А. Волкова-Гончарова, Е.К. Воробей, Т.Е. Гварлиани, В.П. Мулыкина, С.В. Сивкова. — М. : Университет. кн., 2013. — 320 с.

3. Золотова Я.В. Россия и Китай: история и перспективы развития / Я.В. Золотова // Материалы III международной научно-практической конференции / отв. ред. Д.В. Буяров. — 2013. — С. 259–261.

4. Кондрацкая Т.А. Меры поддержки малого предпринимательства в странах мира / Т.А. Кондрацкая // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов для менеджмента компаний — 2017. — С. 150–157.
5. Лузянин С.Г. Современные российско-китайские отношения / С.Г. Лузянин / Ин-т Дальнего Вост. — М. : Рос. акад. наук, 2017. — С. 10–21.
6. Морозова И.А. Малый и средний бизнес в структуре экономики Вьетнама: тенденции развития / И.А. Морозова, С.К. Волков, Х.Д. Тхуан // Экономический анализ: теория и практика. — 2013. — № 45 (348). — С. 60–65.
7. Мурыгина Л.С. Анализ состояния и развития малого и среднего предпринимательства в Китае / Л.С. Мурыгина, М.Е. Чуксина // Наука и инновации в 21 веке: актуальные вопросы, открытия и достижения. — 2017. — С. 317–319.
8. Бизнес во Вьетнаме [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://btimes.ru/business/biznes-vo-vetname>.
9. Малый бизнес в Таиланде [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://businesspress.ru/newspaper/article\\_mId\\_1\\_aId\\_468359.html](http://businesspress.ru/newspaper/article_mId_1_aId_468359.html).
10. Россия и страны АСЕАН [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wtcmoscow.ru/services/internationalpartnership/analytics/rossiya-i-strany-asean-perspektivu-razvitiya-sotrudnichestva>.
11. Российско-китайские экономические отношения [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tass.ru/info/1956459>.
12. Экономические связи России и Таиланда [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://thailand.mid.ru/rossijsko-tajlandskie-otnosheniya/ekonomicheskie-svyazi>.
13. Экономическое сотрудничество Вьетнама [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=2960&type=news>.

### **Информация об авторах**

*Исаченко Юлия Вячеславовна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [yuliya.is2013@mail.ru](mailto:yuliya.is2013@mail.ru).

*Скоробогатова Юлия Александровна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [skorobogatovaya@bgu.ru](mailto:skorobogatovaya@bgu.ru).

### **Authors**

*Isachenko Yuliya Vyacheslavovna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [yuliya.is2013@mail.ru](mailto:yuliya.is2013@mail.ru).

*Skorobogatova Yuliya Aleksandrovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [skorobogatovaya@bgu.ru](mailto:skorobogatovaya@bgu.ru).

## СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ЭФФЕКТИВНОСТЬ» И «РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ» В ЭКОНОМИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ

В статье рассмотрены различные подходы к определению понятий «эффективность» и «результативность». Описаны определения данных терминов с точки зрения различных авторов. Выявлено соотношение и сходство данных понятий.

*Ключевые слова:* эффективность; результативность.

N.N. Kapustina

## CORRELATION BETWEEN «EFFICIENCY» AND «EFFECTIVENESS» IN THE ECONOMIC SECTOR

The article discusses various approaches to the definition of the concepts «effectiveness» and «effectiveness». The definitions of these terms from the point of view of various authors are described. Revealed correlation and similarity of these concepts.

*Keywords:* efficiency; effectiveness.

Вопросы, касающиеся определений «эффективности» и «результативности» актуальны в наше время и не зависят от полученных знаний. Научный потенциал, который накопился к настоящему времени, позволяет группировать эти знания в общие системы принципов или же критериев. Но, несмотря на вышесказанное, в практике все же существует синонимизация этих понятий. Это, главным образом, отражается на правильном понимании сущности, а также, восприятия данных понятий.

Синонимы «эффективность» и «результативность» несколько схожи, и, несомненно, являются неотъемлемыми составляющими деятельности абсолютно любых предприятий, организаций и фирм. Эффективность, согласно зарубежных экономистов, — это понятие, подразумевающее под собой минимизацию затрат и максимизацию прибыли [6].

Важно детально остановиться на понятии эффективность. Познакомимся с ее некоторыми трактовками. Популярными являются следующие. С точки зрения экономики, эффективность — это соотношение между результатами и затратами, произведенными для этих результатов. А.В. Бакулина и Ю.Б. Жаринов придерживаются такой же точки зрения. Они, также, отмечают, что сущность определения «эффективность» следует использовать как синоним определению «рациональность». «Рациональность», в свою очередь, выступает здесь как умение делать работу конкретно установленным методом или способом. А, «результативность» же, является мерой исполнения задания или получение нужных результатов (целей) [1].

Экономические источники используют следующий термин: «Эффективностью принимается такая величина, где имеет место быть отношение результатов деятельности и затрат, которые необходимы для осуществления данной деятельности» [6]. А.В. Бакулина и Ю.Б. Жаринов придерживаются такой же точки зре-

ния, и считают, что сущность самой эффективности рационально было бы использовать как синоним слова «рациональность». Рациональностью можно назвать возможность делать работу конкретным способом. Результативностью же можно считать меру осуществления конкретного задания [1].

Существует еще одно определение эффективности. В нем, эффективностью можно считать соотношение того, что производит компания, и того, что она могла бы произвести при определенных ресурсах и знаниях [8].

Сущность эффективности целесообразно рассмотреть и с точки зрения воспроизводственной категории, т.к. экономические отношения, которые возникают в процессе прохождения фаз воспроизводства, при рациональном и эффективном использовании всех ресурсов преследуют достижение определенной итоговой конечной цели. Эффективность является неотъемлемой частью всех фаз общественного воспроизводства, а также всех хозяйствующих субъектов. Такой автор, как Е.В. Исаенко, излагает эффективность как конкретный результат развития общественного производства. Такой результат — это соотношение затрат и результатов, обеспечивающие положительные, а также по максимуму выгодные условия хозяйствования [4].

Изложить сущность эффективности можно и следующим образом: за эффективность принимается такая категория, которая позволяет учитывать потребности его участников. Но не следует забывать и про соответствие конечных результатов инвестирования целям, что немаловажно. В необходимых итоговых результатах работы всех систем проявляется эффективность.

Эффективностью обычно считают главным критерием оценки в экономике. Эффективность рассматривается с различных позиций и точек зрения. Эффективность, как уже говорилось ранее, — это соотношение итоговых результатов, которые получила фирма и ее затрат. Для того, чтобы по максимуму добиться выгодного результата и получить наибольшее увеличение эффективности, необходимо уменьшить количество затрат и издержек. Такая разница с практической точки зрения называется прибылью. Нужно не забывать, что отражение таких аспектов как социального и экономического выявляет социально-экономическую эффективность. Эффективность же является отражением этих аспектов. Экономический аспект заключается в том, чтобы выявить определенные условия, благодаря которым бы, повысился уровень благосостояния общества.

Рассмотрим и такую точку зрения: «эффективность является отношением того, что предприятие или фирма производит, или выпускает к тому, что она могла бы производить или выпускать при определенных существующих ресурсах, способностях или знаниях. Эффективность является одной из важных категорий в экономическом секторе. В самом общем виде эффективность можно представить как отношение между полученными результатами [5]:

$$\text{Эффективность} = \frac{\text{Результаты}}{\text{Затраты (Ресурсы)}}$$

Если рассматривать само содержание эффективности, необходимо исходить не только из общей, но и из конкретной сущности эффективности человеческой деятельности. «Эффективность» также можно трактовать и как умение приносить результат. Данный термин происходит из слова «эффект». Между этими понятиями существует различие. Эффект отражает результат хозяйственной деятельности. т.е. такое состояние, которое является идеалом для экономического объекта, он к нему стремится. Эффект отличается от эффективности тем, что он описывает только конечный итог деятельности фирмы. А эффективность же сочетает в себе условия, благодаря которым этот эффект был достигнут.

Если сопоставить термины «эффективность» и «результативность», которая тоже учитывает конечные результаты хозяйственной деятельности, то особенно интересно такое рассмотрение сущности. Но, необходимо обратить внимание и на один момент, небольшой нюанс, возникающий при использовании указанной категории, а затем решить, справедливо или нет сложившееся применение определений [4].

Существует огромное количество терминов, которые практически повторяются. «Эффективность является достоинством. Оно наиболее последовательно превозносится экономистами. Это неудивительно, ведь понятия «эффективность» и «экономичность» довольно таки похожи. Они оба в итоге представляют собой конечный итог, результат, который был достигнут благодаря использованию конкретных ресурсов (средств) для получения поставленных целей. Эффективность и экономичность по своей сути — это получение максимально полезного результата при минимальных ресурсах [8].

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что эффективность и результативность — категории, которые все же не сходны.

Исходя из ГОСТ ISO 9000-2011, результативность — это в своем роде степень реализации деятельности, а также, достижения, которые были запланированы. А эффективность — это некая связь между полученными результатами и использованными определенными ресурсами [2].

П. Друкер приводит следующие отличия используемых определений. Он трактовал «результативность» (effectiveness) следующим образом: «делать правильные вещи» (doing the right things), а «эффективность» (efficiency) же немного по-другому — «делать вещи правильно» (doing things rights). И то и другое одинаково важно. Однако, как считает П. Друкер, сначала необходимо выбрать стратегию с целевой направленностью деятельности, а уже после достигать определенных поставленных целей с минимальными издержками [7].

Если рассматривать результативность как одно из свойств эффективности, то здесь следует отметить А.В. Серикова. Он указывает, что эффективность — это показатель бизнес-процесса. Он является комплексным и по своей сути может характеризоваться такими свойствами, как оперативность, результативность, а также ресурсоемкость. Итак, результативность, по его мнению, — это способность этого процесса давать необходимый результат деятельности» [3].

Итак, можно сделать вывод, что обобщение подходов к понятиям «эффективность» и «результативность» позволяет нам более подробно понять сущность этих определений и, несомненно, выявить, что они, в свою очередь, не могут

быть отождествлены между собой. Не следует, также, и сопоставлять данные категории, так как эффективность — более общее, характеризующее деятельность фирмы или конкретной организации. А результативность — в своем роде итог этой деятельности.

Таким образом, хочется отметить следующее: эффективность и результативность — это неотъемлемые составляющие любой фирмы или предприятия. Именно благодаря этим важным составляющим, мы можем детально изучать деятельность компании и рационально ее оценивать.

Эффективностью считается наиболее общее понятие, определяющее свойство любой целенаправленной деятельности, с познавательной точки зрения, которое, раскрывается через категорию цели и объективно изъясняется степенью получения результата с учетом издержек ресурсов, а также времени.

### **Список использованной литературы**

1. Бакулина А.В. Проблемы определения результативности и эффективности системы менеджмента качества (СМК) промышленного предприятия: решения и этапы разработки механизма расчета / А.В. Бакулина, Ю.Б. Жаринов // Ползуновский альманах. — 2010. — № 2. — С. 131–134.

2. ГОСТ ISO 9000-2011. Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь : введен в действие приказом Росстандарта от 22.12.2011 г. № 1574-ст // СПС «КонсультантПлюс».

3. Исаенко Е.В. Исследование эффективности хозяйственной деятельности организаций потребительской кооперации / Е.В. Исаенко, Т.Л. Скрипченко // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. — 2008. — № 4. — С. 20–23.

4. Клюев А.В. Сущность, отношения и возможности совместного использования понятий «результативность» и «эффективность» / А.В. Клюев // Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. — 2017. — № 4. — С. 532–555.

5. Костин А.А. Соотношение понятий «эффективность» и «результативность» на примере таможенной деятельности / А.А. Костин, Е.А. Посметухина // Российское предпринимательство. — 2014. — № 16 (262). — С. 75–88.

6. Сериков А.В. Эффективность хозяйственной деятельности: определение, измерение, синергетическое управление / А.В. Сериков // Економічний вісник Донбасу. — 2011. — № 2 (24). — С. 212–219.

7. Сульдина О.В. Эффективность как критерий результативности работы предприятия / О.В. Сульдина // Перспективы науки и образования. — 2014. — № 4 (10). — С. 162–166.

8. Тертышник М.И. Экономика предприятия : учеб. пособие / М. И. Тертышник. — 2-е изд. — М. : Инфра-М, 2015. — 328 с. — (Высш. образование).

9. Тикин В.С. Эффективность — не коэффициент / В.С. Тикин // Экономические науки. — 2009. — № 7 (56). — С. 94–97.

### **Информация об авторе**

*Капустина Наталья Николаевна* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: nnkapustina@mail.ru.

### **Author**

*Kapustina Natalia Nikolaevna* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: nnkapustina@mail.ru.

## ЖЕНЩИНА В УПРАВЛЕНИИ

В статье рассматриваются вопросы женского управления, особенности руководителей женского пола, стереотипы, сопровождающие женщин-руководителей.

*Ключевые слова:* руководство; женщина в управлении; особенности женщины-руководителя.

А.Р. Kunik

## WOMAN MANAGEMENT

The article deals with women's management, especially female leaders, stereotypes that accompany women leaders.

*Keywords:* guide; female-head; female-head features.

В наше время остро стоят вопросы равенства полов, рассматриваются проблемы притеснения женщин, отстаиваются их права на равный труд и возможность развития в выбранной профессиональной сфере. Это привело к тому, что женщины стали активно продвигаться по карьерным лестницам и занимать должности руководителей среднего и высшего звеньев. В связи с чем становится актуальным рассмотрение специфики женского управления, определение его сильных сторон и недостатков. Также важно выяснить, существуют ли отличия в женском подходе к управлению от мужского видения дела. Это знание может позволить более грамотно подбирать управленцев для различных отраслей и сфер экономической деятельности, что, в конечном итоге, приведет к улучшению работы субъектов экономики.

Женщина занимает должности руководителей совсем недавно, поэтому однозначных ответов на эти вопросы еще нет. Однако следует отметить, что существующие мнения очень разнятся между собой.

Кто-то полагает, что руководитель женского пола может быть успешным только в том случае, если у него не сложилась личная жизнь и он компенсирует свои неудачи в профессиональной деятельности. Другие, напротив, считают, что психологические особенности женщин позволяют им быть более адаптирующимся к быстроменяющимся условиям бизнеса, и, как следствие, приносить предприятиям больше пользы.

Для составления портретов руководителей разного пола проводятся различные исследования, целью которых является изучение психологических и деловых качеств мужчин и женщин. Результаты свидетельствуют о том, что ряд параметров, рассматриваемых при анализе, существенно различаются у тестируемых групп.

К примеру, о женщинах можно сказать, что они:

- терпеливее;
- более точно оценивают интервалы времени;
- лучше владеют пальцами рук;
- имеют большую устойчивость к монотонному труду.

Однако предположения о различных умственных способностях, темпераментах и качествах характера не находят практического подтверждения.

Проблемой становится отсутствие фундаментальных исследований о возможных особенностях личности руководителя-женщины. Это обусловлено тем, что в условиях стремительного развития экономики рынка, происходит расширение малого и среднего бизнеса, где руководителями, зачастую становятся женщины [3].

На рис. 1, представленном ниже, отражены данные о распределении руководителей разного пола на должностях управленцев [1].



Рис. 1. Руководители разного пола в различных направлениях

Исходя из данных, представленных выше, можно говорить о том, что женщины достигают больших высот в управлении, связанном с финансовыми вопросами, работой с персоналом, рекламой и PR. Все это можно объяснить психологическими особенностями управленца женского пола.

Как правило, женщине, занимающейся предпринимательством, присущи некоторые характеристики и личностные качества. Прежде всего, это:

- внимательность к деталям;

- аккуратность;
- гибкость мышления;
- склонность к анализу и оценкам;
- коммуникабельность;
- социальная компетентность.

Это те качества, что определяют женщину и позволяют ей быть эффективным и успешным предпринимателем и руководителем [6].

В деловой среде существует свод законов поведения, ориентируясь на которые партнеры принимают решение о том, целесообразно ли заключение сделки с теми или иными фирмами или предпринимателями. Деловой этикет обладает особенностями, существенно отличающими его от этикета общественного. К примеру, он определяет абсолютно иные правила отношения к женщине.

В соответствии с правилами делового этикета:

- мужчина не должен подавать руку женщине, выходящей из автомобиля;
- почетное место в автомобиле, которым считается заднее правое сидение, занимает глава делегации, уступить его женщине, которая ниже по рангу, считается дурным тоном;
- первым в помещение для переговоров входит тот, кто старше партнеров по чину, и т.д.

Деловой этикет не рассматривает различия мужчин и женщин, а ориентируется на них как на полноправных участников деловых отношений.

Мнения о женщинах, руководящих проектами, отделами предприятий или крупными компаниями, противоречивы.

Одни полагают, что женщины низкоэффективны, потому как мужчины зачастую более уверены в себе и быстрее принимают решения. Другие настаивают на том, что руководитель женского пола принесет компании больше пользы, ведь считается, что они менее амбициозны и более склонны к установлению контактов.

Психологи выделяют ряд характерных особенностей руководителей-женщин. Их можно условно разделить плюсы и минусы управленца. Рассмотрим их более подробно.

Положительными качествами женщин-руководителей можно назвать:

- многозадачность и способность думать сразу о нескольких делах, в то время как мужчины предпочитают последовательно решать возникающие вопросы, концентрируясь на одном из них;
- лучшая организованность;
- женщины лучше анализируют и обращают внимание на нюансы в работе;
- высокий уровень коммуникабельности, женщинам лучше даются вопросы обратной связи;
- более успешное приспособление к изменяющимся условиям;
- успешный «персоналоориентированный» менеджмент;
- лучшая ориентация на клиента, услугу или продукт, который необходим рынку.

Среди основных недостатков женщины-руководителя выделяют:

- необходимость демонстрации «мужественности» — агрессивности и жесткости, которые неизбежно будут проигрывать схожим характеристикам мужчины-руководителя;
- женщина лишена масштабности, которая присуща руководителям мужского пола;
- женщина существенно уступает в скорости понимания того, что требуется деловому партнеру;
- руководитель-женщина медленнее включается в работу [7].

Несмотря на то, что положительные качества женщины-управленца полностью компенсируют имеющиеся у нее недостатки, негласно существует мнение о том, что с одной и той же работой мужчина справится в разы успешнее, чем женщина.

Тем не менее статистические данные, представленные на рис. 2, наглядно демонстрируют то, что ряд управленческих должностей имеет перевес в сторону женщин-управленцев [8].

### **Доля женщин на руководящих постах в российских компаниях, %**



*Рис. 2. Женщины-руководители в РФ*

На сегодняшний день в разных странах уровень лояльности и принятия женщин, занимающих высокие должности, различается. В частности, в России этот показатель достаточно высок. Обратимся к рис. 3 для наглядного подтверждения этих слов [2].

При выдвижении на должность руководителя-женщины очень значимым фактором является признание ее равноправия, соответствия ее возможностей возможностям коллеги-мужчины, а также наличие всех необходимых компетенций для управления коллективом и рабочими процессами.

Если говорить об индустриальном разнообразии, то больше всего женщин-управленцев в медиа (22 % от числа сотрудников), сфере туризма и отдыха (19,5 %), бытовых услуг (18,9 %), ритейла (18,4 %).



Рис. 3. Женщины-руководители в процентном соотношении по странам

Также рывок осуществил банковский сегмент, где женщины занимают около 18 % высших должностей. Данные представлены на рис. 4 [5].

#### Женщины на постах CEO в 2016 году

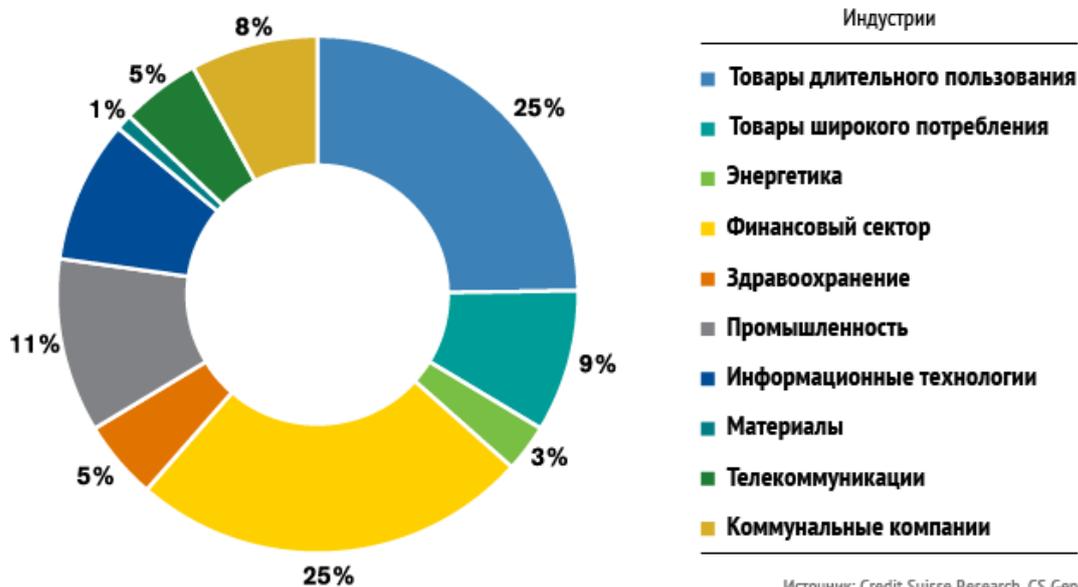


Рис. 4. Женщины-управленцы в различных сферах

Грамотный руководитель должен заботиться о своевременном и обоснованном продвижении сотрудников вне зависимости от их гендера.

Женщине как руководителю следует отдать предпочтение в ряде случаев, когда необходимо, чтобы он:

- глубоко чувствовал отношения в коллективе;
- мог точно оценивать поведение других людей, ориентируясь на их настроение;

• чутко реагировал на нюансы взаимоотношений между работниками, контрагентами.

При становлении женщины на роль руководителя важно признание ее равноправия, равенства возможностей и способностей в управлении коллективом.

Если женщина-руководитель сумеет сочетать качества настоящего лидера (сильный характер, профессионализм, инициатива, умение рисковать) с традиционно женскими ценностями, такими как чуткость, гуманность, гибкость, хитрость, практичность и т.д., то она может стать идеальным руководителем [4].

### Список использованной литературы

1. Батенева Т.А. В каких сферах женщине легче сделать карьеру / Т.А. Батенева // Российская газета. — 2012. — № 838. — С. 27.

2. Козлова А. В Шефы — только девушки: Россия заняла первое место в мире по числу женщин-руководителей [Электронный ресурс] / А. Козлова. — Режим доступа: <https://www.irk.kp.ru/daily/26711/3737152>.

3. Колесникова А.А. Образ современной женщины-руководителя / А.А. Колесникова, Н.А. Ширинкина // ИСОМ. — 2014. — № 6. — С. 242–245.

4. Котоманова О.В. О равных правах и возможностях руководителей (мужчин и женщин) / О.В. Котоманова // Вестник БГУ. — 2014. — № 5. — С. 130–134.

5. Краузова Е. Правда о прибылях: женщина-руководитель как залог успешного бизнеса [Электронный ресурс] / Е. Краузова. — Режим доступа: <http://www.forbes.ru/forbes-woman/zhenshchiny-v-biznese/329841-chem-zhenstvennee-tem-dorozhe>.

6. Куроедова Е.О. Психологические особенности успешной женщины-руководителя / Е.О. Куроедова // Педагогика и психология образования. — 2015. — № 1. — С. 95–98.

7. Михеев В. Женщина в управлении проектом [Электронный ресурс] / В. Михеев. — Режим доступа: <http://economy-ru.info/info/78851>.

8. Титов Д. Женщин-руководителей стало больше [Электронный ресурс] / Д. Титов. — Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/article/161920>.

### Информация об авторе

*Куник Арина Павловна* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск; e-mail: [arinakunik@mail.ru](mailto:arinakunik@mail.ru).

### Author

*Kunik Arina Pavlovna* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [arinakunik@mail.ru](mailto:arinakunik@mail.ru).

## **НЕЙРОМАРКЕТИНГ И НЕЙРОЭКОНОМИКА: ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОНЯТИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ**

В данной статье рассмотрены вопросы, касающиеся поведения потребителя при принятии им решений. Представлена характеристика рационального и реального поведения человека. Рассмотрены два наиболее актуальных способа решения проблемы реализации продукции предприятия на рынке: нейромаркетинг и нейроэкономика. Приведены методы оценки человеческого поведения, используемые в этих направлениях. Также выделена взаимосвязь и различия данных понятий, их положительные и отрицательные стороны, влияние на потребителя.

*Ключевые слова:* нейромаркетинг; нейроэкономика; маркетинг; экономика; сознание потребителя.

А.А. Masovets

## **NEUROMARKETING AND NEUROECONOMICS: INTERRELATION CONCEPTS AND THEIR EFFECT ON THE CONSUMER**

This article addresses issues related to consumer behavior when making decisions. The characteristic of rational and real human behavior is presented. Considered the two most relevant ways to solve the problem of selling the company's products on the market: neuromarketing and neuro-economics. The methods for assessing human behavior used in these areas are given. Also highlighted the relationship and differences of these concepts, their positive and negative sides, the impact on the consumer.

*Keywords:* neuromarketing; neuroeconomics; marketing; economy; consumer consciousness.

Наиболее важной стадией бизнес-процесса современного предприятия является процесс реализации продукции, он же является критическим. Это объясняется тем, что предприятия, продвигая товар на рынок, используют идентичные методы воздействия на потребителя, тем самым товар теряет свою уникальность. Ранее считалось, что потребитель стремится максимизировать полезность. Однако в данной теории не учитывается эмоциональная составляющая, которая играет не маловажную роль. Сегодня существует множество теорий и направлений, учитывающих данный фактор. Эти направления являются некими способами решения проблемы реализации продукции. Разберем два наиболее актуальных: нейромаркетинг и нейроэкономика. Они представляют собой совокупность нескольких наук.

Нейромаркетинг включает в себя две науки — нейробиология и маркетинг — и представляет собой комплекс методов, за счет которых маркетологам удастся изучить как те или иные стимулы влияют на активность головного мозга [1]. Данный подход был разработан Эйлом Смидтсом профессором Эрзма Роттердамского университета. Нейромаркетинговые исследования позволяют наиболее глубоко изучить и выявить способы воздействия на выбор, поведение

потребителя, его отношение к той или иной продукции, а также истинные мотивы. Объектом нейромаркетинговых исследований являются эмоции и чувства человека, их изменения под влиянием того или иного фактора.

Данный подход подразумевает комплекс методов, используемых для сбора и дальнейшей интерпретации информации. Наиболее распространенные представлены на рис. 1.

Наименование метода	Позволяет узнать	Направленность
фМРТ – функциональная магнитно-резонансная томография	С ее помощью можно получить картину активности мозга в момент контакта с раздражителем.	С помощью этих данных маркетологи могут разработать максимально эффективные рекламные обращения, которые будут апеллировать к нужным чувствам и вызывать правильные эмоции.
ЭЭГ – электроэнцефалография	Регистрирует измерения ритмов активности нейронов мозга вследствие изменения внимания, эмоционального состояния	
Наблюдение за сердечно-сосудистой системой человека	Измерение частоты сердечных сокращений, давления и тонуса сосудов. Изменения в данных параметрах могут свидетельствовать о смене уровня концентрации внимания, а также эмоционального состояния испытуемого	
Регистрация кожно-гальванической реакции или измерения электрического сопротивления кожи	Из-за физиологического возбуждения происходит выброс пота на поверхность кожи, в котором содержатся соли электролиты, что и улучшает электропроводимость кожи, снижая ее сопротивление. Это реакция вегетативной нервной системы в ответ на эмоционально-значимые стимулы	
Регистрация сокращения мышц лица при помощи камеры высокого разрешения	Помогает анализировать эмоции: удивление, раздражение, радость, страх и др.	
Айтрекинг (регистрация направления взгляда, размера зрачка и длительности задержки взгляда)	Позволяет определить степень концентрации человека на том или ином объекте и изменение его эмоционального состояния	

*Рис. 1. Методы, используемые в нейромаркетинге для сбора информации*

Перечисленные методы основываются на пяти органах чувств, с помощью которых можно оценить поведение человека, его отношение к тому или иному товару или услуге.

Многие компании, такие как Frito Lay, Mercedes-Benz, Daimler и McDonald's, одними из первых начали использовать данные методы при оптимизации рекламных кампаний. Как правило, нейромаркетинг используют при разработке дизайна упаковки, привлечении клиента при помощи ароматов.

Нейромаркетинг подвержен критике. Этот подход считается неэтичным и субъективным, поскольку при проведении того или иного исследования участвует, как правило, малая группа людей, а данные распространяются на всю популяцию. То есть обобщение данных приводит к ущемлению индивидуальности.

Нейроэкономика является относительно новым направлением в экспериментальной экономике, она возникла на пересечении нескольких научных дисциплин: нейробиология и экономика — проецирует новые принципы изучения процесса принятия решений.

Ключевым понятием в нейроэкономике является рациональность, а именно границы рациональности экономических агентов.

Под рациональностью понимается способность принимать верное решение в свою пользу [2, с. 16]. Рассмотрим сравнительную характеристику рационального и реального поведения человека, представленную на рис. 2.

<b>Рациональный человек</b>	<b>Реальный человек</b>
• Знает все альтернативы	• Альтернатив слишком много
• Способен к их рациональному ранжированию	• Ранжирование – тяжелый процесс
• Предпочтения характеризуются постоянством	• Предпочтения меняются
• Строго последователен в своих действиях	• Выбор зачастую является импульсивным, эмоциональным

*Рис. 2. Характеристика рационального и реального поведения человека*

Из рис. 2 видно, что человек не всегда может вести себя рационально. Это связано как с внутренними, так и с внешними факторами, воздействующими на потребителя в момент выбора.

Методы, используемые для сбора необходимой информации, представленные выше, были выявлены в рамках нейроэкономических исследований и в дальнейшем нашли свое применение в нейромаркетинге.

В 1990-х гг. А. Санфи при помощи фМРТ были проведены наблюдения за людьми в ходе игры «Ультиматум». В результате данного эксперимента было выявлено, что в момент принятия «честного» и «нечестного» решения были активны разные отделы головного мозга. Это послужило отправной точкой развития нейроэкономики и, как следствие, нейромаркетинга.

Рассмотри теорию перспектив Канемана-Тверски, которая отражает отклонения от рационального поведения в момент выбора потребителя. Данная теория основывается на трех основных элементах:

Отношение к деньгам определяется не номинальной их стоимостью, а тем, с чем эту сумму сравнивает человек. Важным аспектом этого элемента является то, как эти деньги были заработаны: выиграны в лотерею или заработаны непосильным трудом, вследствие этого к одной и той же сумме может быть разное отношение.

Разная оценка выгод и потерь. Например, человек испытывает позитивные эмоции при выигрыше в лотерею и негативные при потере той же суммы. Стоит отметить, что негативные эмоции будут гораздо сильнее позитивных. По подсчетам ученых разница между восприятием выгод и потерь примерно в 2,5 раза. Модель данного парадокса представлена на рис. 3. Из этой модели видно, что для

человека гораздо важнее избегать потери нежели максимизировать выгоду, что противоречит классической теории максимизации полезности.

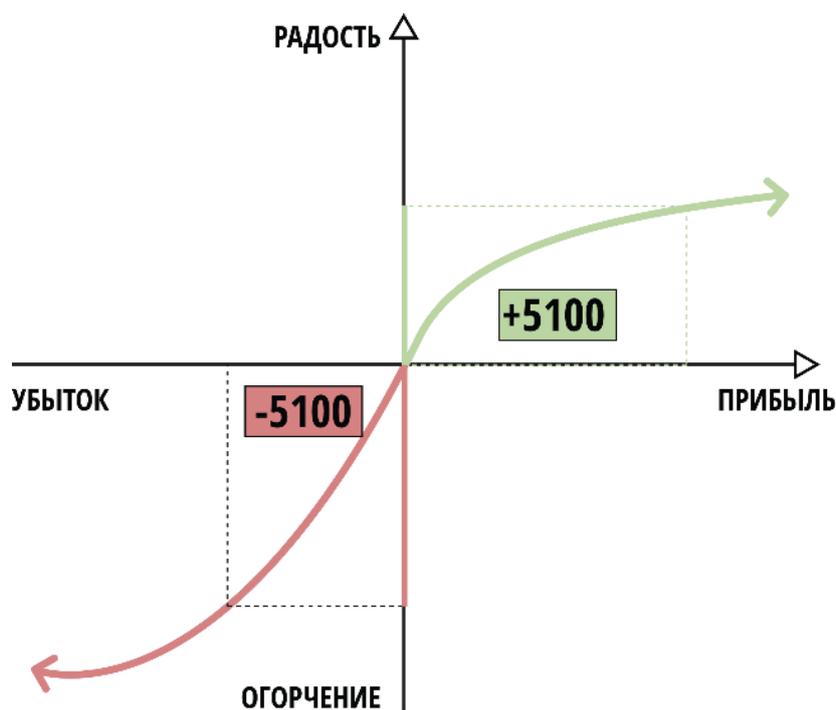


Рис. 3. Модель оценки выгод и потерь

Снижение чувствительности к потерям. Чем больше человек теряет, тем меньше он ощущает эти потери. Примером может послужить приобретение автомобиля. В момент покупки компания предлагает потребителю приобрести дополнительное оборудование, сумма которого будет ниже, предположим, на 70% от самой стоимости авто. Потребитель более вероятно согласится на приобретение дополнительного оборудования, так как сумма этого оборудования по сравнению с суммой, которую он уже готов потратить на автомобиль гораздо ниже. Однако в том случае если бы покупателю предлагалось это же дополнительное оборудование за эту же сумму, но автомобиль был приобретен гораздо ранее, то он скорее всего откажется от этой покупки.

В совокупности эти элементы дают понимание иррационального поведения потребителя в ситуации неопределенности. Теория перспектив послужила основой для дальнейших исследований психологии потребителя. Также данные исследования нашли свое отражение и практическое применение в нейромаркетинге.

Нейроэкономика, как и нейромаркетинг, подвержена критике. Экономисты Фарука Гюль и Вольфганг Песендорфер считают, что нейропроцессы происходящие внутри мозга не могут иметь ничего общего с экономическим поведением потребителя. Для понимания выбора человека достаточно классического предположения о максимизации полезности. Однако, как было сказано ранее, человек не всегда может вести себя рационально в связи со множеством внешних и внутренних факторов.

Нейроэкономика и нейромаркетинг позволяют предприятию, выпускающему ту или иную продукцию, снизить свои издержки на разработку и рекламу

этой продукции, а также глубже понять механизмы работы мозга, точнее предсказывать отношение покупателя к продукту и вовремя внести правки. Сегодня данные методы широко используются крупными компаниями. Но данные полученные при проведении того или иного исследования могут считаться субъективными за счет относительно маленькой выборки.

### **Список использованной литературы**

1. Галиуллина А.Ш. Нейромаркетинг [Электронный ресурс] / А.Ш. Галиуллина, Д.Н. Плотицына // Аллея наук. — 2018. — № 6 (22) — С. 501–504. — Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_35326632\\_90305611.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_35326632_90305611.pdf).

2. Доржиева С.Ч. Нейроэкономика и нейромаркетинг как инструменты деятельности современного предприятия [Электронный ресурс] / С.Ч. Доржиева, М.Х. Ибрагимова. — 2018. — 16 с. — Режим доступа: <http://www.e-rej.ru/Articles/2018/Dorzhieva.pdf>.

3. Манахова И.В. Поведенческая экономика: учебное пособие [Электронный ресурс] / И.В. Манахова — Саратов : Саратов. соц.-экон. ин-т (филиал) РЭУ им Г.В. Плеханова, 2017. — 120 с. — Режим доступа: [http://www.seun.ru/content/learning/4/science/1/doc/Manahova\\_Povedencheskay\\_economika.pdf](http://www.seun.ru/content/learning/4/science/1/doc/Manahova_Povedencheskay_economika.pdf).

### **Информация об авторе**

*Масовец Анна Андреевна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [an-na.masovecz.98@mail.ru](mailto:an-na.masovecz.98@mail.ru).

### **Author**

*Masovets Anna Andreevna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [an-na.masovecz.98@mail.ru](mailto:an-na.masovecz.98@mail.ru).

**А.А. Парфентьева, М.В. Овченкова, Ю.А. Скоробогатова**

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ:  
СПЕЦИФИКА, ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ТАКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ,  
ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

В данной научной статье рассмотрены основные положения, характеризующие специфику автономных некоммерческих организаций, проанализированы допустимые виды деятельности автономных некоммерческих организаций, а также выявлены преимущества и недостатки автономных некоммерческих организаций, в том числе, в отношении государства и потребителя. В данной работе также рассмотрены проблемы налогообложения автономных некоммерческих организаций. Представлены возможные системы налогообложения для АНО, в том числе предпосылки и способы изменения системы налогообложения. Рассмотрен перечень платежей, которые должны выплачивать АНО в независимости от системы налогообложения.

*Ключевые слова:* автономная некоммерческая организация; система налогообложения.

**A.A. Parfentieva, M.V. Ovchenkova, Yu.A. Skorobogatova**

**AUTONOMOUS NON-COMMERCIAL ORGANIZATION:  
SPECIFICS, ADVANTAGES AND MINUSES OF SUCH ORGANIZATIONS,  
FEATURES OF THE TAXATION**

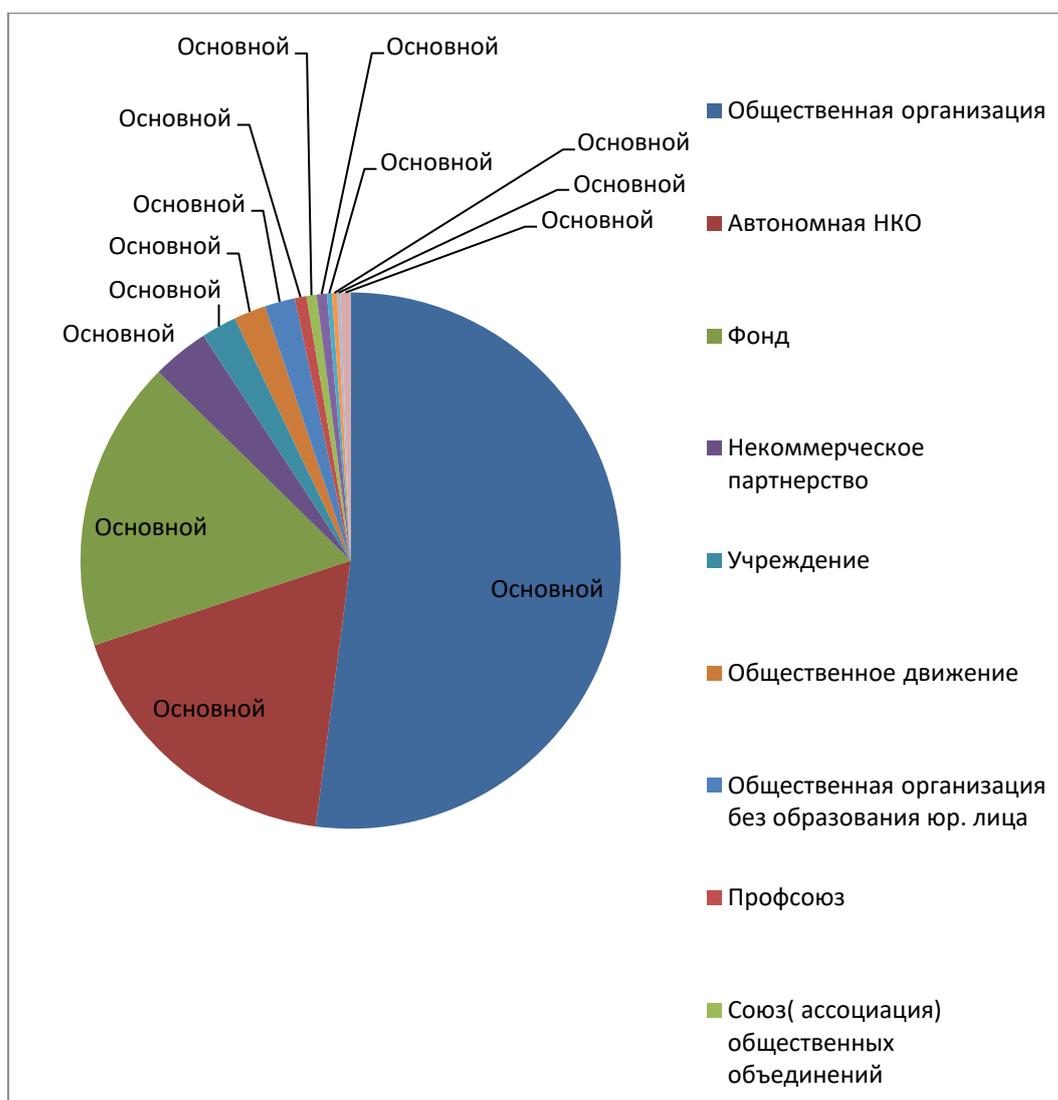
This scientific article discusses the main provisions that characterize the specifics of autonomous non-profit organizations, pro-analyzes the permissible activities of autonomous non-profit organizations, and identifies the advantages and disadvantages of autonomous non-profit organizations, including in relation to the state and the consumer. This paper also discusses the problems of taxation of autonomous non-profit organizations. Possible taxation systems for non-profit organizations, including prerequisites and ways of changing the taxation system, are presented. Considered a list of payments that must be paid by the autonomous non-profit organization regardless of the tax system.

*Keywords:* autonomous non-profit organization; taxation system.

Согласно статистическим данным, к 2018 г. количество зарегистрированных автономных некоммерческих организаций резко возросло и составило 17,7 % от общего количества НКО. Среди них множество учебных заведений дополнительного образования, частных школ, детских садов, организаций культуры и спортивного профиля, медицинских учреждений. На рисунке представлена структура НКО.

АНО — это организация, которая [10]:

- не имеет членства;
- образована для предоставления услуг некоммерческого характера в определенных сферах деятельности;
- образована на основании имущественных взносов участников.



*Структура НКО*

Правовая природа АНО сходна с другими типами некоммерческих организаций, но все-таки есть свои определенные отличия:

1. АНО — это единоличный владелец имущества, принадлежащего организации.
2. Контроль за деятельностью АНО осуществляется учредителями общества, на основе принятого устава.
3. Учредители АНО не отвечают по обязательствам организации, также организация не отвечает за учредителей.
4. Управление АНО осуществляется высшим органом, либо коллегиально (не менее двух членов), либо исполнительным органом [13].

В таблице приведены сведения о преимуществах и недостатках автономных некоммерческих организаций.

Объединяющим фактором всех разрешенных видов деятельности АНО, является некоммерческий характер оказания услуг. Воспользоваться такими услугами могут любые заинтересованные лица.

## Преимущества и недостатки АНО

Преимущества	Недостатки
<i>Для организации [13; 16]</i>	
Не имеют уставного капитала и могут не иметь собственного имущества	Деятельность организации должна четко соответствовать целям, прописанным во внутренних документах
Участники не облагаются ответственностью по обязательствам организации	Заявитель несет ответственность за достоверность информации о задачах и направлении компании, указанной при регистрации
Есть возможность перехода на УСН	Сложность официальной регистрации
Предоставление отчетности в упрощенном виде (129-ФЗ РФ)	Уставные документы составляются с учетом главных целей создания компании
Средства, поступившие из бюджета, пожертвования, взносы не облагаются налогом (ст. 251 НК РФ)	Пункты документов проверяются регистрирующей инстанцией при Минюсте, при малейшем не соответствии в регистрации отказывают
Имущество, переходящее как наследство налогом на прибыль не облагается	Проверка документации в Минюсте занимает две недели
<i>Для государства</i>	
Помощь в решении экономических, социальных, благотворительных, образовательных, культурных, научных и других задач [14]	Некоторые АНО в силу тех или иных причин не могут или не хотят осваивать рынок социальных услуг [9]
Многие АНО активно стоят в очереди на получение заказов, которые влекут за собой хорошее финансирование из федерального бюджета [9]	АНО могут получить средства от государства и отказаться от включения в реестр поставщиков социальных услуг, так как это право добровольное. При таком положении дел они не потеряют средства, которые были ранее предоставлены им государством [15]
<i>Для потребителей</i>	
Населению доступен большой перечень некоммерческих социальных услуг, предоставляемых АНО [7]	В силу того, что деятельность АНО не преследует цели получения прибыли и чаще их деятельность является бесплатной, качество предоставляемых услуг АНО может значительно отличаться от тех, которые предоставляют коммерческие организации [8]
АНО способствуют повышению благосостояния населения, развитию культуры общества, разрешению споров и конфликтов и т.д. [2]	Любые лица, в том числе и потребители, могут вносить добровольные взносы в организацию, но в таком случае им не предоставляется право контроля за тем, куда направляются вложенные ими средства [6]

К разрешенным видам деятельности АНО относится оказание услуг в таких сферах, как образование; здравоохранение; спорт; физическая культура населения; иные сферы общественной жизни [16].

Согласно законодательству РФ, автономные некоммерческие организации:

- помимо основной социальной деятельности, имеют право осуществлять деятельность, приносящую доход;

- обязаны регулярно отчитываться перед налоговыми органами в установленные сроки;
- как и любые другие организации, могут функционировать как на общем, так и на упрощенном режиме налогообложения.

Система налогообложения зависит от деятельности, которую ведет АНО, поэтому руководитель и главный бухгалтер должны знать, какая установлена система налогообложения, какие необходимо платить налоги и сдавать отчеты [1].

Согласно ст. 246 НК РФ автономные некоммерческие организации признаются плательщиками налога на прибыль, однако по ст. 251 НК РФ средства, поступившие в организацию безвозмездно на содержание и ведение деятельности, не учитываются в составе доходов при исчислении налоговой базы для расчета суммы налога на прибыль [4].

Правомерное уменьшение налоговой базы на прибыль может быть применено только при соблюдении ряда условий [5]:

1. Учет целевых и нецелевых поступлений в АНО должен вестись раздельно, только тогда целевая прибыль может быть исключена из налогообложения на основании льготы для некоммерческих организаций. Естественно, эти средства должны применяться исключительно по прямому назначению, что необходимо подтверждать отчетом.

2. Нецелевые доходы необходимо учитывать в числе «прочих», это два типа поступлений:

- реализационные — доходы от выполнения работ, предоставления услуг (например, торговля брошюрами общества, продажа учебной литературы, организация семинаров, тренингов и пр.);

- внереализационные — те, источник которых не имеет прямой связи с деятельностью НКО, например, штрафы за неуплату членского взноса, пеня за его просрочку, проценты с банковского счета, деньги за сдаваемую в аренду недвижимость — собственность члена НКО и др.

3. Нецелевые поступления АНО (обе группы доходов), согласно НК РФ, и составляют базу налога на прибыль.

Если АНО оказывает какие-либо услуги или продает товары, то ей не избежать уплаты налога на добавленную стоимость, если деятельность не подпадает под освобождение от него. Список льготных видов деятельности без НДС представлен в гл. 21 НК РФ. В нем фигурируют, например, такие занятия:

- присмотр за пожилыми людьми в домах для престарелых;
- работа в центрах соцзащиты;
- занятия с детьми в бесплатных кружках;
- врачебные услуги частных медиков;
- продажа товаров, сделанных инвалидами (или организациями, где людей с ограниченными возможностями не меньше половины);
- благотворительные культурные мероприятия и др. [12].

Требования к видам деятельности НКО для освобождения от НДС:

- социальная значимость как основная цель по гл. 25 НК РФ — это главное условие;

- лицензия на право занятия этим видом деятельности;
- оказываемая услуга должна соответствовать определенным требованиям (чаще всего это условия времени и места).

В случае уплаты НДС рассчитывается по тем же принципам, что и для коммерческих организаций.

Кроме главных фискальных отчислений (налога на прибыль и НДС), некоммерческие организации платят и другие налоги и сборы:

1. Если АНО обращаются к государственным структурам для совершения правовых действий, они платят государственную пошлину наравне с другими физическими или юридическими лицами.

2. От уплаты таможенных пошлин не освобождают на основании статуса АНО, а только если товары входят в соответствующий перечень [11].

Также автономные НКО уплачивают следующие виды налогов:

- налог на имущество (автономные НКО не получают льгот по налогу на имущество);

- налог на землю. Если у АНО есть в собственности, бессрочном пользовании или в наследстве земельные участки, для них обязателен к уплате земельный налог, в отдельных случаях местные власти могут предоставлять скидки на земельный налог;

- транспортный налог. Если в АНО зарегистрированы транспортные средства, которые принадлежат организации на праве собственности, управления, хозяйственного ведения, они подлежат обложению транспортным налогом на общих основаниях [12].

Главной особенностью применения УСН автономными некоммерческими организациями является то, что при определении предельного объема доходов, ограничивающего применение упрощенного режима, доход от целевого финансирования не учитывается.

Согласно положениям гл. 26.2 НК РФ, автономная НКО может осуществить переход на УСН в добровольном порядке, так как налоговое законодательство не содержит норм, запрещающих АНО применять упрощенную систему налогообложения. Переход на УСН осуществляется на основании заявления, поданного в период от 1 октября до 30 ноября года, предшествующего году начала применения упрощенного режима [1].

Вновь создаваемая организация может заявить о желании применять УСН в течение 5 дней с момента регистрации и постановки на налоговый учет.

При осуществлении предпринимательства организация обязана формировать налоговую базу по НДС в общем порядке. Объектом для налогообложения становится выручка от реализации товара (услуги, работы) [4].

«Входной» НДС, выплаченный при приобретении имущественных ценностей для предпринимательской деятельности, может приниматься к вычету если:

- товары поставлены на учет на основании первичной документации;
- приобретение товаров связано с реализацией операций, облагаемых НДС;
- наличествует правильно оформленный счет-фактура.

Вне зависимости от налогообложения АНО обязаны производить следующие платежи [3]:

1. Страховые взносы, объектом которых признаются выплаты и иные вознаграждения, которые АНО начисляют в пользу физических лиц по трудовым и гражданско-правовым договорам. Каждые три месяца некоммерческая организация направляет в Инспекцию Федеральной налоговой службы составленный «Расчет по страховым взносам». В данный документ вносятся начисленные обязательные страховые взносы на обязательное пенсионное страхование, на обязательное медицинское страхование, на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством.

2. Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) по трудовым и гражданско-правовым договорам.

3. Ежеквартально НКО представляют в ИФНС «Расчет сумм налога на доходы физических лиц, исчисленных и удержанных налоговым агентом» по форме 6-НДФЛ. В случае, если НКО имеет соответствующие объекты налогообложения в собственности, то данное имущество облагается соответствующими налогами: транспортным (гл. 28 НК РФ) и земельным (гл. 31 НК РФ).

### Список использованной литературы

1. Белостоцкая В.А. Системный подход к измерению налоговой нагрузки / В.А. Белостоцкая // Финансы. — 2003. — № 3. — С. 36–37.

2. Беневоленский В.Б. Государственная поддержка социально ориентированных НКО в свете зарубежного опыта / В.Б. Беневоленский, Е.О. Шмулевич // Вопросы государственного и муниципального управления. — 2013. — № 3. — С. 150–175.

3. Грищенко А.В. Методические аспекты формирования и налогообложения целевого капитала некоммерческих организаций / А.В. Грищенко // Вестник Воронежского государственного университета. — 2013. — № 1. — С. 167–174. — (Экономика и управление).

4. Грищенко А.В. Налогообложение деятельности НКО в России: проблемы и перспективы / А.В. Грищенко, Ю.И. Грищенко // Вестник Московского университета МВД России. — 2013. — № 4. — С. 169–174.

5. Грищенко А.В. Налоговое планирование как способ управления финансовыми ресурсами некоммерческой организации / А.В. Грищенко, Ю.И. Грищенко // Бизнес в законе. — 2013. — № 1. — С. 172–176.

6. Громова М.Н. Государственная поддержка НКО и проблема оценки ее эффективности / М.Н. Громова, И.В. Мерсиянова // Гражданское общество в России и за рубежом. — 2016. — № 1. — С. 39–44.

7. Кто в будущем будет оказывать соц. услуги гражданам [Электронный ресурс] // Коммерсант. — 2017. — 6 февр. — Режим доступа: <http://kommersant.ru/doc/3205839>.

8. Минэкономразвития. Социально ориентированные некоммерческие организации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/minec/activity+/sections/socorientnoncomorg/index>.

9. Мерсиянова И.В. Справится ли государство в одиночку? О роли НКО в решении социальных проблем : аналит. докл. НИУ ВШЭ / И.В. Мерсиянова, И.В. Якобсон ; под ред. Л.И. Якобсона, И.В. Мерсияновой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — Изд. 2-е, перераб. и доп. — М. : НИУ ВШЭ, 2012.

10. О некоммерческих организациях [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.11.1998 г. № 174-ФЗ (ред. от 02.11.2013 г.) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс».

11. Синельников-Мурылев С.Г. Проблемы налогообложения некоммерческих организаций в России / С.Г. Синельников-Мурылев, И.В. Трунин. — М. : ИЭПП, 2007.

12. Соловьева Н.Е. Налогообложения некоммерческих организаций [Электронный ресурс] / Н.Е. Соловьева, А.И. Воржевитина // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, дек. 2014 г.). — СПб., 2014. — С. 135–137. — Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/131/6459>.

13. Статья 31.1 Федерального закона от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».

14. О мероприятиях по реализации государственной социальной политики [Электронный ресурс] : указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 597. — Режим доступа: <https://rg.ru/2012/05/09/soc-polit-dok.html>.

15. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 28 дек. 2013 г. № 442-ФЗ. Ст. 3, п. 4; ст. 5, п. 5. — Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/12/30/socialka-dok.html>.

16. О внесении изменений в Федеральный закон «О некоммерческих организациях» в части установления статуса некоммерческой организации-исполнителя общественно полезных услуг [Электронный ресурс] : федер. закон от 3 июля 2016 г. № 287-ФЗ. — Режим доступа: <https://rg.ru/2016/07/08/nko-dok.html>.

### **Информация об авторах**

*Парфентьева Анастасия Александровна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [nastyaparfenteva@mail.ru](mailto:nastyaparfenteva@mail.ru).

*Овченкова Мария Владимировна* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [marj.ovchenkova@bk.ru](mailto:marj.ovchenkova@bk.ru).

*Скоробогатова Юлия Александровна* — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [skorobogatovaya@bgu.ru](mailto:skorobogatovaya@bgu.ru).

### **Authors**

*Parfentieva Anastasia Alexandrovna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [nastyaparfenteva@mail.ru](mailto:nastyaparfenteva@mail.ru).

*Ovchenkova Maria Vladimirovna* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: mari.ovchenkova@bk.ru.

*Skorobogatova Yuliya Aleksandrovna* — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

## **ВАРИАНТЫ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ ПРОДАЖЕЙ ФЛОРИСТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ**

В статье рассматривается положение бизнеса по продаже флористической продукции и сопутствующих товаров в условиях современного рынка. Приводятся данные официальной статистики, отражающие реальную ситуацию в отрасли, выбранной для изучения. Предлагается определение стратегии компании и обоснование необходимости ее разработки с целью более успешной работы предприятия. Описываются возможные направления стратегического развития компаний, которые осуществляют торговлю цветочной продукцией и товарами, сопровождающими ее. Разрабатываются возможные варианты стратегий компаний, которые занимаются реализацией цветов на рынке Иркутской области.

*Ключевые слова:* флористическая продукция; цветы; торговля цветами; перспективы развития компании; пути развития; стратегия развития компании; стратегическое развитие.

А.Р. Kunik

## **OPTIONS FOR DEVELOPMENT STRATEGIES OF COMPANIES HAVING BEEN SALES OF FLORISTIC PRODUCTS IN THE MARKET OF IRKUTSK REGION**

The article deals with the situation of business for the sale of floral products and related products in the modern market. The data of official statistics reflecting the real situation in the industry chosen for the study are presented. It is proposed to define the company's strategy and justify the need for its development in order to more successful operation of the enterprise. The possible directions of strategic development of the companies which carry out trade in flower production and the goods accompanying it are described. Possible variants of strategies of the companies which are engaged in realization of flowers in the market of the Irkutsk region are developed.

*Keywords:* floral products; flowers; development prospects of the company; the way of development; development strategy; strategic development.

Флористический бизнес в нашей стране является довольно распространенным и, преимущественно, прибыльным. Такая ситуация складывается благодаря легкости его открытия и тому, что на цветы установлен постоянный спрос, стабильно колеблющийся в сторону своего резкого увеличения во время праздников, на которые принято дарить цветы (международный женский день, день всех влюбленных, день знаний, день учителя, день матери) [3].

Отрасль очень привлекательна, потому как ежегодно объем продаж срезанной цветочной продукции возрастает, что подтверждают данные статистики, представленной на рис. 1.



*Рис. 1. Объем продаж срезанных цветов в России*

Иркутская область не является исключением. На ее территории создаются и успешно функционируют компании, занимающиеся оптовой и розничной продажей комнатных, живых срезанных и искусственных цветов, а также сопутствующей продукции.

Повышенный интерес предпринимателей к рассматриваемой отрасли создает условия жесткой конкуренции, вынуждающей руководство компаний разрабатывать стратегии, способные вывести предприятие в число лидеров рынка, диктующих свои цены и регулирующих общее положение на нем.

Стратегия предприятия — это закономерная, упорядоченная во времени система приоритетных направлений, форм, методов, средств, правил, приемов использования ресурсного, научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия с целью экономически эффективного решения поставленных задач и поддержания конкурентного преимущества [35, с. 4].

Ввиду того, что каждая фирма обладает отличительными чертами, выделяющими ее среди конкурентов отрасли, можно говорить о том, что предпринимательской стратегии, которая подошла бы любой организации, не существует [1, с. 120]. Стратегия торгового предприятия должна быть ориентирована на потребителя. В ее основе должны стоять изучение потребностей рынка и постоянный поиск подходящих «рыночных ниш».

Согласно данным, представленным на рис. 2, среднестатистический россиянин ежегодно увеличивает потребление цветочной продукции и тратит на цветы более значительные суммы.

Стратегии, которые применяются в отрасли торговли, могут быть направлены на минимизацию издержек; дифференциацию товара; диверсификацию [4].

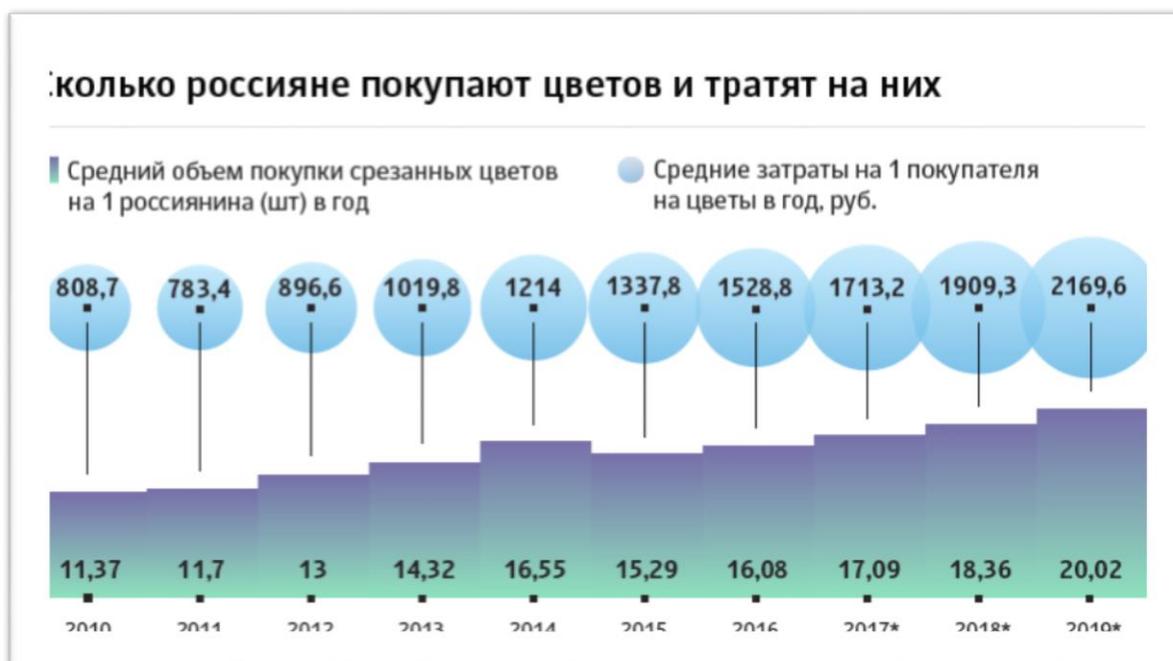


Рис. 2. Траты россиян на цветы

Стратегия минимизации издержек может использоваться на рынках, в условиях которых возможно ликвидировать конкурентов, путем искусственного занижения цен на товары. При реализации стратегии минимизации издержек, осуществляется снижение цен за счет поиска наиболее выгодных поставщиков, уменьшения числа посредников и др.

Применительно к рынку флористической продукции Иркутской области стратегия минимизации издержек может быть осуществлена за счет поиска поставщика в соседних регионах и заключения с ним эксклюзивного контракта, который позволит приобретать продукцию по более выгодным ценам и привлекать клиентов более демократичной ценой готовой продукции. Важным пунктом станет то, что поставщик не будет доступен для фирм-конкурентов и ценовое преимущество не исчезнет, если только конкурент не найдет поставщика с лучшими предложениями.

Следует отметить, что для реализации данной стратегии компания должна иметь возможности для покупки больших объемов продукции, ее размещения, хранения и своевременной реализации.

В ходе работы над этой статьей был проведен мониторинг цен на цветочных оптовых базах Иркутской области и Красноярского края. Результаты представлены в таблице.

### Сравнение цен на различных оптовых базах, р.

Критерий сравнения	Оптовая база		
	«Семплюс»	ИП Гордева	«Эдельвейс»
Город	Иркутск	Иркутск	Красноярск
Стоимость доставки до г. Иркутска	0	0	12 000

Критерий сравнения	Оптовая база		
	«Семплюс»	ИП Гордева	«Эдельвейс»
Стоимость упаковки роз (25 штук)	1 500	1 400	1 000
Возможность заключения эксклюзивного контракта	–	–	+

Исходя из данных, представленных в таблице, можно сделать вывод, что закупка больших объемов цветочной продукции на базе «Эдельвейс» позволит существенно экономить. Стоимость доставки не станет препятствием в том случае, если компания будет закупать цветок большими партиями.

Стратегия дифференциации товара не предполагает необходимости больших финансовых вложений. Для того, чтобы начать реализацию данной стратегии, необходимо иметь тесные связи с поставщиками для получения гарантий относительно качества приобретаемых у них сырья, материалов и готовой продукции. Эта стратегия предполагает увеличение качества обслуживания клиентов, их удовлетворение, посредством расширения ассортиментного ряда.

Расширение ассортимента компании, занимающейся продажей цветов на рынке Иркутской области, предполагает включение в него таких товарных позиций, которые не представлены фирмами-конкурентами. Прежде всего, это экзотические срезанные цветы, плотоядные растения, суккуленты и др.

Стратегия диверсификации представляет собой заполнение различных рыночных ниш при помощи создания новых видов продукции. В рамках этой стратегии могут присутствовать дополнительные услуги, предоставляемые при продаже.

Применительно к рынку Иркутской области эта стратегия может принять одну из представленных форм:

- торговля стабилизированными цветами (новый вид продукции для рассматриваемого рынка);
- продажа искусственных цветов из сенсорного латекса (малораспространенный вид продукции для рассматриваемого рынка);
- предоставление услуги «отель для цветов» — возможность размещения растений и ухода за ними на время, пока их владельцы в отъезде (новый вид услуг для рассматриваемого рынка).

Любое из рассмотренных выше стратегических направлений и вариантов стратегии, разработанных согласно этим направлениям, требует от компаний определенных характеристик. К примеру, стратегия минимизации издержек не может быть осуществлена компанией с ограниченными материальными ресурсами или малыми торговыми помещениями, так как требует достаточно большого размаха. Стратегия дифференциации товара может быть сложна, потому как у компании появятся издержки поиска таких товарных наименований, которые еще не представлены на рынке. Стратегия диверсификации требует от компаний творческого подхода и глобального изучения вариантов товаров и услуг, уже существующих на интересующем их рынке [5].

Несмотря на сложности, правильный выбор и успешная реализация выбранной стратегии развития, могут вывести компанию на новый уровень и позволить ей занимать главенствующее положение на рынке. Именно поэтому так важно углубленное изучение возможных вариантов стратегий развития компаний, которое было проведено в ходе написания данной научной статьи.

### **Список использованной литературы**

1. Белоусова С.Н. Маркетинг : учеб. пособие по специальностям экономики и управления / С.Н. Белоусова. — Ростов н/Д. : Феникс, 2010. — 381 с.
2. Грязина Ф.И. Флористический бизнес России: проблемы и возможности / Ф.И. Грязина // Вестник Марийского государственного университета. Сер. «Сельскохозяйственные науки. Экономические науки». — 2016. — № 5. — С. 76–78.
3. Михайлова А. Цветы нации: как устроен цветочный бизнес в России [Электронный ресурс] / А. Михайлова. — Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/25/11/2018/5bfa45039a79472f1799cd52>.
4. Степанова Г.Н. Стратегический менеджмент. Планирование на предприятии / Г.Н. Степанова. — М. : Изд-во МГУП, 2001. — 136 с.
5. Федосова Д.Н. Перспективы развития цветочного бизнеса в условиях рыночной конкуренции / Д.Н. Федосова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2016. — № 1. — С. 95–97.

### **Информация об авторе**

*Куник Арина Павловна* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск; e-mail: arinakunik@mail.ru.

### **Author**

*Kunik Arina Pavlovna* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: arina-kunik@mail.ru.

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СОРСИНГ КАК СПОСОБ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ КОМПАНИИ**

Рассмотрен стратегический сорсинг как один из способов совершенствования материально-технического снабжения компании, приведен пример классического процесса стратегического сорсинга.

*Ключевые слова:* материально-техническое снабжение; стратегический сорсинг; снижение издержек.

**O.D. Tarasenko, Ju.I. Kolesnik**

## **STRATEGIC SORSING AS A METHOD OF IMPROVING THE COMPANY'S MATERIAL AND TECHNICAL SUPPLY**

Considered strategic sourcing as a way to improve the logistics of the company, provides an example of a classic strategic sourcing process.

*Keywords:* logistics; strategic sourcing; cost reduction.

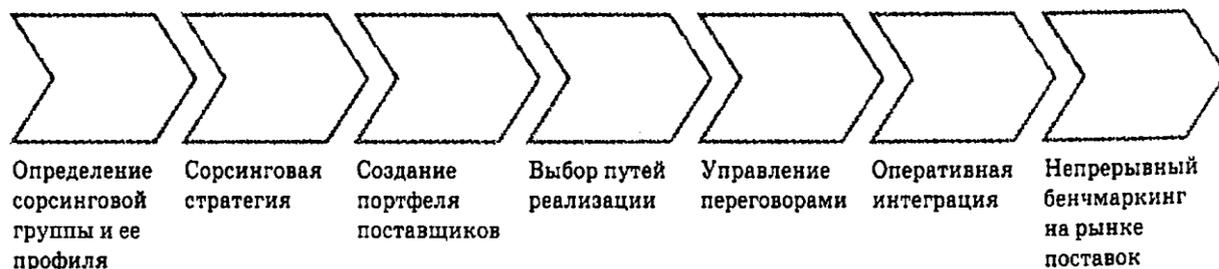
На сегодняшний день проблема эффективного управления материально-техническими ресурсами для каждой компании становится все актуальнее. Многие предприятия России сильно уступают зарубежным коллегам по таким показателям, как производительность труда, издержки производства и так далее. При первом же проявлении мирового экономического кризиса была развенчана видимая устойчивость даже крупных российских компаний. Чтобы предотвратить повторение аналогичной ситуации, нужно искать новые резервы увеличения экономической эффективности, включая и повышение показателей в сфере материально-технического снабжения.

Одним из эффективных путей улучшения материально-технического снабжения является стратегический сорсинг. Он превращает обычное снабжение в стратегический процесс, в котором есть все нужные участники, а также может значительно способствовать снижению общих издержек на приобретаемые материалы и сырье. Стратегический сорсинг включает изменение таких факторов, как программу управления запасами и оптимизацию платежей [3, с. 26].

Специалисты отмечают, что стратегический сорсинг является одним из трех китов современного снабжения. Стоит отметить, что его следует выполнять на регулярной основе. Предпринимать активные действия для конкретной категории издержек следует раз в 3–5 лет, а между периодами нужно осуществлять мониторинг рынка предложений. Существует много вариаций процесса стратегического сорсинга. Предлагаем рассмотреть классический семифазный процесс. Рассмотрим каждую фазу подробнее [2, с. 181]:

1. Определение сорсинговой группы и ее профиля. Сорсинговая группа является группой, в которую входят закупаемые материалы, сорсинг которых предполагает осуществляется одной подгруппой поставщиков. Определение профиля

сорсинговой группы включает сбор внешней и внутренней информации. Значительно способствуют внутреннему профилированию возможность проведения подробного анализа расходов (рис.).



### *Классический стратегический сорсинг*

2. Сорсинговая стратегия. По результатам определения профиля нужно определить наиболее подходящий сорсинговый подход. Эта фаза является представлением выбранных сорсинговых групп в матрице. Результат внешней оценки рассматривается на оси «Сложность рынка поставок», а внутренней — «Влияние на бизнес». Данная матрица помогает выбрать подходящую сорсинговую стратегию [1].

Если группа попадает в категорию «Стратегические возможности», то ее можно охарактеризовать как группу с высокой ценностью, у которой рынок поставок является трудным. Это может усложнить переговоры, так как у поставщика есть преимущество, которое связано с особенностью рынка.

Попадание группы в «Узкие места» означает, что группы тоже находятся на сложных рынках, но данные сорсинговые группы имеют меньшую ценность.

При попадании в категорию «Усиливающие возможности» имеется возможность провести наиболее эффективные сорсинговые программы, так как рынок поставок благоприятен для покупателя и группы в этой категории обладают высокой ценностью.

Группы, находящиеся в категории «Некритичные возможности», являются легким рынком поставок, на которых требуется также проводить конкурентный отбор поставщиков.

3. Создание портфеля поставщиков. Следует начать со всех бывших действующих поставщиков материалов и сырья из сорсинговой группы, прибавить альтернативных партнеров. Для сокращения списка претендентов необходимы два параметра: качественная база фактического сырья и материала и глубокий анализ критериев оценки.

4. Выбор путей реализации. При анализе информации, которая была получена на первых трех стадиях, а также положение группы в матрице, должна быть выбрана правильная стратегия выбора и взаимоотношений с поставщиками.

5. Управление переговорами. Необходимо продумать и разработать стратегию проведения переговоров. Если пустить переговоры на самотек, т.е. возможность снижения их потенциальной ценности.

6. Оперативная интеграция. После переговоров главное внимание должно быть уделено завязыванию отношений с новым поставщиком или определении

новых деловых отношений с существующим. Следует отметить, что именно на данной фазе осуществляется перераспределение полномочий от сорсинговой команды к группе дальнейшей реализации.

7. Непрерывный бенчмаркетинг на рынке поставок. Необходимо постоянно осуществлять сравнительный анализ рынков поставок, чтобы отследить ситуацию на рынке, знать о последних изменениях, а главное принимать верные решения по корректировке работы с сорсинговыми группами.

Подводя итоги, можно сказать, что совершенствование системы снабжения компаний является эффективным путем повышения финансовой устойчивости и конкурентоспособности. Использование стратегического сорсинга позволяет снизить расходы и риски при закупке сырья и материалов, не снижая качество закупаемых товаров, при планировании производственных потребностей помогает оптимизировать расходы и сократить время поступления сырья и материалов, благодаря чему значительно снижаются складские расходы, и упрощается ведение производственного учета.

### Список используемой литературы

1. Вергиев Н.В. Склад как бедный родственник. 9 принципов складского хозяйства [Электронный ресурс] / Н.В. Вергиев // Современный склад. — 2015. — Режим доступа: [http://iteam.ru/publications/logistics/section\\_75/article\\_3375](http://iteam.ru/publications/logistics/section_75/article_3375).

2. Рудзки Р. Эффективное снабжение: простые и надежные способы снижения издержек и повышения прибыли : пер. с англ. / Р. Рудзки, Д. Смок, М. Кацорке, Ш. Стюарт (мл.). — Минск : Гревцов Паблицер, 2008. — 229 с.

3. Сергеев В.И. Управление взаимоотношений с поставщиками / В.И. Сергеев, И.П. Эльяшевич // Логистика и управления цепями поставок. — 2012. — № 3. — С. 25–27.

### Информация об авторах

*Тарасенко Ольга Дмитриевна* — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [severaynka777@mail.ru](mailto:severaynka777@mail.ru).

*Колесник Юлия Игоревна* — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [kolesnikui@mail.ru](mailto:kolesnikui@mail.ru).

### Authors

*Tarasenko Olga Dmitrievna* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [severaynka777@mail.ru](mailto:severaynka777@mail.ru).

*Kolesnik Julia Igorevna* — PhD in Economics, Chair of Business Economics and Business Management, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [kolesnikui@mail.ru](mailto:kolesnikui@mail.ru).

## **ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ В ПРАКТИКЕ ПЛАНИРОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ КОМПАНИИ**

Разобраны преимущества и недостатки MRP-систем. Рассмотрена обычная практика использования MRP-I в промышленных отраслях, которая связана с процедурами планирования и контроля заказов и снабжения (закупок) МР для большой номенклатуры

*Ключевые слова:* материально-техническое снабжение; Material Requirements Planning (MRP); снижение издержек; алмазодобывающая промышленность.

**O.D. Tarasenko**

## **COMPUTING SYSTEM IN THE PRACTICE OF PLANNING THE LOGISTICS OF THE COMPANY**

The advantages and disadvantages of MRP-systems are analyzed. We consider the usual practice of using MRP-I in industrial sectors, which is associated with the procedures of planning and control of orders and supply (procurement) MR for a large range of products.

*Keywords:* material supply; Material Requirements Planning (MRP); cost reduction; diamond mining industry.

В нынешний век высоких технологий уже трудно представить, что все задачи по подсчету и контролю материально-технических ресурсов выполняются исключительно персоналом вручную. Раньше для этого использовались карточки складского учета, где была указана информация о расходовании и поступлении сырья. Конечно, данная система давала частые сбои из-за ошибок, которые вызваны человеческим фактором, а также действовала достаточно медленно. Как следствие, возникало простаивание производства из-за нехватки материала. Тем не менее некоторые компании используют данную систему и по сей день.

В 1960-е гг. программисты смогли применить вычислительные системы в практике планирования деятельности компании. Метод Material Requirements Planning (MRP) имеет широкое применение по всему миру. Главным отличием новой системы от предыдущей методологии является пренебрежение показателями о прошлых потреблении и ориентация на предстоящие потребности. Фактически, MRP-системы оптимизировали заказы, чтобы пополнение складов формировалось по мере необходимости и в требуемом объеме.

В 1970-х гг. были расширены возможности MRP-систем и добавились такие функции, как:

- анализ соответствия количества используемой продукции количеству произведенной продукции;
- формирование постоянных отчетов об объемах продаж, количествах задержек заказов и данных о подрядчиках [2].

Расчет плана закупок компонентов, которые требуются предприятию — основной принцип функционирования MRP-систем. Общий план производства

рассматривается на основании технологических особенностей, специфики изделия, а также прогнозируемого спроса. Более того, система может сразу рассчитать сроки исполнения.

Основные информационные элементы MRP-систем показаны на рисунке [1, с. 23].



*Основные информационные элементы MRP-систем*

Теперь рассмотрим цикл работы MRP-системы. Он включает в себя пять этапов:

1. По результатам анализа принятой программы производства вычислить оптимальный график производства.
2. Произвести учет материалов, которые присутствуют в заказах, но не включены в производственную программу.
3. Исходя из состава готово изделия, сделать расчет полной потребности в каждом материале.
4. Сделать расчет чистой потребности в каждом ресурсе и на его основе обеспечить заказы на материалы.
5. Исключить несвоевременные поставки, путем внесения коррективов в созданные заказы.

В результате MRP-система отражает измененные планы заказов, а также отражает служебные отчеты. Заметим, что, у классической MRP-системы основными результатами являются план заказов и изменения к плану заказов.

План заказов позволяет определить какое количество материала необходимо заказать в каждый период времени в течение всего срока планирования. Он выступает как руководство для будущей работы с поставщиками, к тому же формирует производственную программу для внутреннего производства комплектующих. Изменения к плану заказов рассматриваются как модификации к уже

спланированным заказам. Некоторые заказы могут быть задержаны, перенесены или отменены.

Также заметим, что MRP-система имеет возможность вывести дополнительные отчеты для более глубокого анализа результатов. Среди них наиболее показательными являются отчет о прогнозах, исполнительный отчет и отчет о задержках.

В отчете о прогнозах содержится информация для контроля и планирования в долгосрочной перспективе. В исполнительном отчете пользователь имеет возможность отслеживать как правильность выполнения указаний, так и наличие сбоев во всей работе системы. В отчетах о задержках отражаются показатели о наиболее проблемных заказах, длительном времени выполнении некоторых функций и других факторов, влияющих на эффективность работы в дальнейшем [3].

Последующее усовершенствование привело к созданию системы с расширенной модификацией — MRP II (Manufactory Resource Planning). Данная система позволяет эффективно планировать все ресурсы компании, в том числе кадровых и финансовых.

О.С. Егорова выделяет следующие результаты применения корпоративной информационной системы:

1. Увеличение производительности труда, так как система позволит служащим осуществлять за пару минут те действия, которые раньше могли выполняться часами.

2. Интегрирование информации позволит руководителю оценить работу не только компании в целом, но и каждого подразделения.

3. Сокращение складских запасов, так как снижается риск простоев из-за нехватки сырья.

4. У компании появится возможность оптимизировать запасы, что позволит освободить часть складов [1, с. 23].

Однако MRP-система имеет свои недостатки. Г.К. Карнач в статье «Некоторые проблемы реализации стандарта MRP на предприятиях» выделяет следующие:

1. Проблематичен частый перерасчет планов. Он может осуществляться на периодической основе, например, один раз за сутки. При возникновении данных проблем необходимы дополнительные настройки всей системы.

2. Не каждая система MRP способна правильно расставлять приоритеты по заказам, что приводит к увеличению срока выполнения, а это может вызвать потерю клиентов.

3. Система не способна на оптимизацию загрузки и логистического маршрута оборудования, исходя из регулярно меняющегося комплекса заказов. Это приводит к нецелесообразной загрузке оборудования.

В результате стоит отметить, что необходимо сопоставить возможности и потребности компании, проанализировать дальнейшие пути развития, так как введение такой информационной системы процесс сложный и ответственный. Как правило, система MRP-I находит свое применение в промышленных компаниях и используется для планирования и контроля процедур заказа.

## Список использованной литературы

1. Егорова О.С. Управление внедрением корпоративных информационных систем в организациях [Электронный ресурс] / О.С. Егорова // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. — 2010. — № 4. — С. 23–22. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-vnedreniem-korporativnyh-informatsionnyh-sistem-v-organizatsiyah>.

2. Заложнев А.Ю. Эволюция и принципы построения информационных систем управления предприятием [Электронный ресурс] / А.Ю. Заложнев, Л.Л. Заложнева, Д.В. Чистов, Е.Л. Шуремов // Программные продукты и системы. — 2014. — № 2 (106). — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-i-printsipy-postroeniya-informatsionnyh-sistem-upravleniya-predpriyatiem-1>.

3. Карнач Г.К. Некоторые проблемы реализации стандарта МРР II на предприятиях [Электронный ресурс] / Г.К. Карнач // Вестник ЧГУ. — 2008. — № 4. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-problemy-realizatsii-standarta-mrp-ii-na-predpriyatiyah-g-naberezhnye-chelny>.

## Информация об авторе

*Тарасенко Ольга Дмитриевна* — магистрант, кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [severaynka777@mail.ru](mailto:severaynka777@mail.ru).

## Author

*Tarasenko Olga Dmitrievna* — Master's student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [severaynka777@mail.ru](mailto:severaynka777@mail.ru).

## РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В данной статье рассмотрено влияние инноваций на предпринимательскую деятельность. В современном мире и, в частности, в экономике все больше возрастает роль инноваций, так как именно они способны развивать общество посредством создания новых продуктов или услуг, обеспечивающих повышение уровня эффективности для производителей и потребителей. Инновации дают предпринимательству возможности для развития, улучшения экономического состояния, поиска клиентов и создают новые условия для конкурентной борьбы.

*Ключевые слова:* предпринимательская деятельность; инновации; инновационное развитие; инновационная деятельность.

A.P. Shagunov

## THE ROLE AND IMPORTANCE OF INNOVATIONS IN BUSINESS ACTIVITIES

This article discusses the impact of innovation on entrepreneurial activity.

In the modern world and, in particular, in the economy, the role of innovations is increasing more and more, since they are the ones who are able to develop society through the creation of new products or services that provide greater efficiency for producers and consumers. Innovations provide entrepreneurship with opportunities for development, improvement of economic condition, search for customers and create new conditions for competitive struggle.

*Keywords:* entrepreneurial activity; innovations; innovative development; innovative activity.

С точки зрения законодательства инновация — это новый или в значительной степени улучшенный продукт (товар, услуга), который введен в употребление или же процесс, метод продаж, организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях [1].

С точки зрения же экономики инновация — это интеллектуальный продукт, который используется в производственно-хозяйственной деятельности и обеспечивает ей с помощью коммерциализации какое-либо исключительное конкурентное преимущество и финансово-экономическую выгоду.

Таким образом, можно понять, что интеллектуальный продукт только тогда является инновацией, когда он способен принести предприятию уникальное конкурентное преимущество и финансово-экономическую выгоду. Рассмотрим эти две категории более подробно.

Инновационное обеспечение конкурентоспособности заключается в создании и реализации инновационных конкурентных преимуществ, связанных с улучшением качества продукции, снижением затрат, методами и способами организации производства, управления на предприятии и формирования товарного

ассортимента [2]. Также создание конкурентных преимуществ при помощи инноваций возможно посредством их использования в новых товарах и технологиях, что позволит предприятию получить технологическое превосходство перед конкурентами.

Таким образом, роль инноваций в повышении конкурентоспособности заключается в том, что они дают предприятиям возможности для достижения технологического превосходства на рынке и обеспечивают преимущества в конкурентной борьбе.

Финансово-экономическая выгода от использования инноваций может заключаться в сбережении трудовых, материальных, финансовых и иных ресурсов, в увеличении объемов производства продукции или услуг, в росте прибыли и улучшении прочих финансово-экономических показателей.

Помимо конкурентного преимущества и финансово-экономической выгоды реализация инновационной деятельности на предприятии может принести и следующие виды эффектов, представленные в таблице.

### **Виды эффекта от инновационной деятельности**

Эффект	Примеры показателей
Технический	Простота, компактность, полезность, качество, универсальность, долговечность
Социальный	Улучшение здоровья населения, удовлетворение эстетических потребностей
Экологический	Уровень шума, вибрации, освещенности, отходов, вредного влияния производства на окружающую среду

Технический эффект заключается в придании новых и улучшении текущих параметров и характеристик продукции или услуги.

Социальный эффект ведет к удовлетворению потребностей человека и общества, решению социальных задач. Обычно он не поддается какой-либо стоимостной оценке.

Экологический эффект от использования инноваций может заключаться в изменениях оборудования и техники, системы управления предприятием, организационной структуры, которые предотвращают вредное воздействие предприятия на экологию. Такими изменениями может быть снижение уровня шума и вибрации, установление оптимального уровня освещенности, правильная утилизация отходов и др.

Инновации в процессе своего становления проходят ряд промежуточных этапов:

- идея потребности;
- конструкторское и технологическое выражение идеи;
- экспериментальный, опытный и серийный образцы;
- новый товар или новая технология у потребителя;
- новый социально-экономический эффект.

Именно институт предпринимательства среди всех прочих способен создать условия, необходимые для преодоления всего этого пути от возникновения идеи до получения конкретного эффекта.

Однако инновации могут служить источником развития только при условии их активного и эффективного использования, а также создания всех необходимых условий для их внедрения. Следовательно, важную роль играет стратегическое управление инновационным развитием предприятия, а именно разработка инновационных стратегий, которые позволяют ориентировать производственную деятельность на запросы потребителей, своевременно реагировать и осуществлять необходимые изменения. Таким образом, инновационная стратегия развития предприятия — это деятельность по определению приоритетов и перспектив развития предприятия и путей их достижения посредством разработки и внедрения инноваций [3].

Некоторые авторы считают, что у предпринимательской деятельности наряду с общеэкономической, ресурсной, организаторской и социальной есть еще и инновационная функция. Она связана с тем, что в процессе осуществления предпринимательской деятельности создаются и используются новые идеи, а также формируются новые методы и средства для достижения поставленных целей [4]. Эта функция может быть реализована в следующих направлениях:

- внедрение новой технологии производства;
- освоение нового рынка сбыта;
- создание нового блага или нового свойства и качества готового блага;
- получение нового источника сырья.

Инновации могут служить одним из показателей эффективности предпринимательской деятельности. В современных условиях рыночной экономики повышения эффективности предприятия можно достичь за счет внедрения инноваций, которые выражены в новых технологиях, новой технике и новых видах продукции и услуг.

Инновации опираются на удовлетворение потребностей общества и вместе с тем повышение эффективности применения отдельных видов ресурсов или отдельных подразделений предприятия, либо же повышение эффективности всего предприятия. На успех инновации, заключающийся в получении экономического эффекта или повышении эффективности работы предприятия, влияет комплекс различных факторов (экономических, технических, рыночных, юридических и др.), воздействие которых очень сложно спрогнозировать [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что инновации внедряются в деятельность предприятия, чтобы повысить его эффективность на основе лучшего удовлетворения потребностей общества.

Инновационная предпринимательская деятельность связана со множеством рисков. Сюда, например, относится потеря вложенных в проект средств, недостижение в полной мере запланированных результатов. Это может произойти из-за изменчивости условий осуществления инноваций или неэффективного управления.

По этой причине для развития и успешного функционирования инновационной предпринимательской деятельности государству необходимо создавать и

совершенствовать систему стимулирования предприятий, занимающихся инновационной деятельностью, например через предоставление им налоговых и других льгот, права на ускоренную амортизацию, через финансирование и другие способы.

Также любые изменения, в том числе и инновационные, в деятельности отдельного субъекта предпринимательства являются по своей сути нарушением уже сложившихся и привычных процессов, технологий, отношений и структур. Поэтому процесс внедрения инноваций может повлечь за собой риски для благополучия организации.

Внедряемая инновация может обернуться следующими непредсказуемыми и негативными последствиями:

- нарушением уже знакомых и отработанных технологических, информационных и межличностных связей внутри предприятия;
- непредсказуемым перераспределением властных, финансовых и прочих ресурсов;
- резким изменением положения предприятия на рынке, что может вызвать негативную реакцию у партнеров и клиентов и привести к активизации деятельности конкурентов.

Внедрение инноваций на предприятии также способно повлечь за собой негативные последствия для ее сотрудников. Руководство может пострадать, например, от неудачного использования инновации, потерять часть властных полномочий из-за ее внедрения. Вовлеченные в работу с инновациями сотрудники могут пострадать от того, что внедрение инновации может не соответствовать истинным интересам их руководства. Это может негативно сказаться на положении этих сотрудников, на отношении к ним со стороны их руководителей, коллег из других подразделений. Сотрудники, которые не связаны с внедрением инновации, могут лишиться ресурсов, которые пойдут на реализацию инновации.

Считается, что инновации — один из тех параметров, что позволяет отделить классический бизнес от предпринимательской деятельности. Это различие заключается в самой сущности ведения деятельности. В бизнесе за основу берется уже существующая и проверенная модель возможно с небольшими изменениями и дополнениями. В предпринимательской деятельности в основе лежит новая разработанная модель, связанная с реализацией инновационных идей.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что инновации действительно играют одну из главных ролей в деятельности предприятий в условиях современной рыночной экономики. Инновации, реализуясь с помощью предпринимательства, становятся движущей силой для развития общества и основой конкурентоспособности предприятий. Инновации ведут к повышению эффективности, улучшению качества и свойств продукции и услуг, что в конечном итоге приводит к улучшению благосостояния всего общества.

## Список использованной литературы

1. О науке и государственной научно-технической политике [Электронный ресурс] : федер. закон от 23.08.1996 г. № 127-ФЗ : (ред. от 23.05.2016 г.) : (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017 г.) // СПС «КонсультантПлюс».
2. Антипенко Н.А. Инновации как фактор повышения эффективности производства [Электронный ресурс] / Н.А. Антипенко // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. — 2012. — № 1. — С. 370–371. — Режим доступа: <https://goo.gl/wMiqQ3>.
3. Иванова Е.А. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] / Е.А. Иванова // Вестник Таганрогского института управления и экономики. — 2010. — № 1. — С. 5–11. — Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_15102897\\_95661446.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_15102897_95661446.pdf).
4. Сафин Р.Ф. Процесс формирования стратегии инновационного развития производственного предприятия [Электронный ресурс] / Р.Ф. Сафин, О.Н. Соколова // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. — 2011. — № 1. — С. 109–116. — Режим доступа: <https://goo.gl/AQkZji>.
5. Украинцева И.В. Об эффективности предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / И.В. Украинцева, А.И. Авдеева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2017. — Т. 23. — С. 91–94. — Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2017/770440.htm>.

## Информация об авторе

*Шагунов Александр Павлович* — студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: [shagunoff.98@mail.ru](mailto:shagunoff.98@mail.ru).

## Author

*Shagunov Alexander Pavlovich* — Student, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: [shagunoff.98@mail.ru](mailto:shagunoff.98@mail.ru).

Научное издание

**Развитие молодежного предпринимательства  
в Байкальском регионе**

Сборник научных трудов  
по материалам международной научно-практической конференции

Иркутск

18 ноября 2018 года

Издается в авторской редакции

ИД № 06318 от 26.11.01.  
Подписано в пользование 02.07.19.

Издательство Байкальского государственного университета.  
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.  
<http://bgu.ru>.