

## ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К СИСТЕМЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е. В. Полищук

*НПО Столичная финансово-гуманитарная академия (г. Москва)*

Поступила в редакцию 5 апреля 2012 г.

**Аннотация:** *система показателей, в которой особое место принадлежит показателям эффективности, должна отражать важнейшие изменения в функционировании и развитии, предопределяемые стремлением к достижению совокупности целей, стоящих перед организацией. Основным показателем достижения главной цели бизнеса является максимизация прибыли на конечное потребление.*

**Ключевые слова:** *система показателей, цели бизнеса, эффективность, производственная деятельность, прибыль.*

**Abstract:** *system indexes, in which a special place belongs to the indexes efficiency, should reflect the major changes in the functioning and development dictated by the desire to achieve the set goals of the company. The main index to achieve the main goal of business is to maximize profits for final consumption.*

**Key words:** *system indexes, business goals, efficiency, production activities, profit.*

Реализация любой функции управления – планирования, анализа, завершающегося оценкой, мотивирования, регулирования невозможна без использования системы показателей, в которых особое место принадлежит показателям эффективности, отражающим важнейшие изменения в функционировании и развитии, предопределяемые стремлением к достижению совокупности целей, стоящих перед предприятием. При построении такой системы необходимо стремиться, с одной стороны, к уменьшению числа используемых показателей; с другой – к всесторонней оценке затрат и результатов деятельности на их основе.

Под системой (от греч. *systema* — целое, составленное из частей; соединение) будем понимать конечное множество функциональных элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, с определенной целью, которое образует целостность, единство в рамках временного интервала [26, с. 93]. Система как бы «навязывает» каждой из своих частей определенные функции и ограничивает свойства так, что проявляются только те, которые нужны системе [16, с. 8]. Показатели – это количественная и качественная оценки состояния и результатов, выраженные числом, обобщенная характеристика свойств чего-либо [23, с. 1]. Под деятельностью в широком смысле слова понимаются любые занятия, труд или работа, в том числе работа какого-либо механизма, сил природы, органа человека и т.д. [21, с. 48]. По своему содержанию

деятельность может быть хозяйственной, научной, культурной, образовательной, военной и т.д. Хозяйственная деятельность состоит в создании продукции или предоставлении услуг в порядке поставки или продажи потребителям. Эта деятельность может включать собственно деятельность по созданию продукции или услуг, различные виды сопутствующей деятельности по созданию продукции или услуг, а также различные виды сопутствующей деятельности по конструированию, проектированию, материальному обеспечению, финансированию, внедрению новшеств и развитию, инвестированию, подготовке кадров, ремонту и обслуживанию собственных производственных фондов, исследованию рынков, анализу результатов работы, осуществлению руководства, администрированию и др.

К хозяйственной деятельности можно отнести производство продукции и услуг, деятельность по товарообороту, включая различные формы поставок и продажи, все виды деятельности по материальному обеспечению вышеназванных, поддержанию работоспособности объектов при любой нехозяйственной деятельности. Хозяйственная деятельность осуществляется также в различных формах производственной, коммерческой, обслуживающей и т.п. Под производственной понимается любая деятельность по изготовлению продукции на поставку (т. е. под заказ или на продажу) или оказанию услуг потребителю. Всякая деятельность, осуществляемая каким-либо субъектом – предприятием, объединением, банком,

предпринимателем, страховой компанией, должна быть эффективной.

Система показателей эффективности деятельности предприятия должна удовлетворять определенным требованиям, важнейшим из которых является соответствие требованиям экономических законов. Так как отсутствуют механизмы формального установления такого соответствия, то важно обеспечить его качественную оценку. Необходимо учесть как общих для всех экономических формаций законов (экономии времени, пропорциональности развития, соответствия производственных отношений производительным силам и др.), так и специфических законов, присущих определенной общественно-экономической формации (законы стоимости, соответствия спроса и предложения, конкуренции и др.).

Система показателей должна быть ориентирована на необходимость согласования интересов предприятия и общества, создания у каждого работника заинтересованности в действиях, соответствующих интересам предприятия, общества; обеспечения взаимосвязи общих и частных показателей. Система показателей должна быть логически выстроенной, обеспечивать достоверной и достаточной информацией, необходимой для реализации всех функций управления; с другой стороны, включать минимально возможное количество показателей, не допуская их дублирования и противоречивости. Система должна быть приспособляемой к происходящим изменениям ситуации, оставаться открытой для дальнейшего совершенствования. Любое предприятие существует для достижения определенных целей, на что и должна быть направлена система показателей. При этом следует различать миссию как основную, общую цель предприятия, ее предназначение, четко выраженную причину ее существования; и цель как конечное состояние, желаемый результат, которого стремится достигнуть любое предприятие.

Для предприятия процесс выбора глобальной цели (миссии) и формирования целей является очень важным фактором на пути к успеху. Целевое начало в деятельности предприятия возникает отнюдь не только потому, что ему нужно иметь ориентиры, чтобы не погибнуть в изменяющемся окружении. В первую очередь, целевое начало в деятельности предприятия возникает потому, что предприятие – это объединение людей, преследующих определенные цели. Люди создают предприятия для того, чтобы с их помощью решать свои проблемы. Это значит, что с самого начала пред-

приятия имеют определенную целевую ориентацию. Люди входят в предприятие для того, чтобы получить для себя определенный результат. И это также придает предприятию определенную целевую ориентацию. Наконец, люди из внешнего окружения (покупатели, общественность, деловые партнеры и т.п.) так же, как и те, кто являются хозяевами предприятия, или работают в предприятии, преследуя свои собственные цели при взаимодействии с предприятием, придают ее существованию определенную направленность и тем самым развивают целевое начало в деятельности предприятия. Когда идет речь о целевом начале в поведении предприятия и соответственно о целевом начале в управлении предприятием, то обычно говорят о двух составляющих: миссии и целях. Установление того и другого, а также выработка стратегии поведения, обеспечивающей выполнение миссии и достижение предприятием своих целей, является одной из основных задач высшего руководства и соответственно составляет очень важную часть стратегического управления.

Различают цели функционирования, усовершенствования и развития. Цели функционирования направлены на поддержание рабочего состояния предприятия и его подразделений. Целевые программы по обеспечению функционирования содержат задачи по созданию постоянного притока ресурсов, техническому обслуживанию, постоянному контролю за деятельностью членов предприятия. Как правило, подобного рода задачи рассчитаны на длительное время. Такие цели могут вызывать трудности при мотивации поведения членов предприятия, так как их достижение не связано с разовыми усилиями, а требуют постоянного напряжения сил. Любая цель, включающая в себя активное действие, может рассматриваться как цель усовершенствования. К таким целям можно отнести повышение производительности труда, увеличение доли товаров организации на рынке и др. Обычно такие цели хорошо понимаются работниками, однако их реализацию не всегда удается обеспечить соответствующими ресурсами (особенно это касается заведомо завышенных целей). В случае недостижимости целей усовершенствования (особенно если они были широко освещены в подразделениях предприятия) возможны негативные последствия, которые выражаются, в частности, в потере авторитета руководителей, снижении мотивации членов предприятия и т.д. Цели развития аналогичны целям усовершенствования, но относятся к своеобразным формам роста, расширения, обуче-

ния и прогресса. К этим целям могут относиться увеличение количества наименований внедряемых в производство новых товаров, внедрение новых идей в области менеджмента, кардинальные изменения в организационной структуре и т.д.

Преимущества классификации целей по их направленности состоят, прежде всего, в том, что они легко воспринимаются и осознаются членами предприятия на различных управленческих уровнях. Более того, эти цели чаще всего декларируются управленческим персоналом для рядовых исполнителей. Выраженные в указанных формах цели служат главным образом для ориентации мышления и деятельности членов предприятия. Классификация целей по их направленности является основной для стратегического управления. К целям наряду с отмеченными выше предъявляются следующие требования:

– **достижимость.** Конечно, в целях должен быть заключен определенный вызов для сотрудников предприятия. Они не должны быть слишком легкими для достижения. Но они также не должны быть нереалистичными, выходящими за предельно допустимые возможности исполнителей. Не реальная для достижения цель приводит к демотивации работников и потере ими ориентира;

– **гибкость.** Цели следует устанавливать таким образом, чтобы они оставляли возможность для их корректировки в соответствии с теми изменениями, которые могут произойти в окружении. Менеджеры должны помнить об этом и быть готовыми внести модификации в установленные цели с учетом новых требований, выдвигаемых к организации со стороны окружения, либо же новых возможностей, появившихся у предприятия;

– **измеримость.** Это означает, что цели должны быть сформулированы таким образом, чтобы их можно было количественно измерить, или можно было каким-то другим объективным способом оценить, была ли цель достигнута. Если цели не измеримы, то они порождают разнотолки, затрудняют процесс оценки результатов деятельности и вызывают конфликты;

– **конкретность.** Обладание необходимой специфичностью, помогающей однозначно определить, в каком направлении должно осуществляться функционирование предприятия. Цель должна четко фиксировать, что необходимо получить в результате деятельности, в какие сроки ее следует достичь и кто должен достигать цель. Чем конкретнее цель, тем легче обосновать стратегию ее достижения. Если цель сформулирована конкретно,

то подавляющее большинство сотрудников предприятия будут легко понимать ее;

– **совместимость.** Важно, чтобы не противоречили друг другу цели, относящиеся к прибыльности и к установлению конкурентной позиции, или цели усиления позиции на существующем рынке и цели проникновения на новые рынки, цели прибыльности и благотворительности, цели роста и цели поддержания стабильности;

– **приемлемость** для основных субъектов влияния, определяющих деятельность предприятия, и в первую очередь для тех, кому придется их достигать. При формулировании целей очень важно учитывать то, какие желания и потребности имеют работники. Учитывая интересы собственников, занимающих ведущую роль среди субъектов влияния на предприятие и заинтересованных в получении прибыли, менеджер, тем не менее, должен стараться избегать при выработке целей предприятия на получение большой краткосрочной прибыли. Он должен стремиться к установлению таких целей, которые бы обеспечивали большую прибыль в долгосрочной перспективе [8, с. 234].

Так как покупатели (еще один субъект влияния на предприятие) играют в настоящее время ключевую роль для выживания предприятия, менеджеры при установлении целей должны учитывать их интересы, даже если они ведут к сокращению прибыли за счет уменьшения цены или увеличения издержек для повышения качества продукта. При установлении целей необходимо также учитывать интересы общества. Система показателей, используемая при планировании деятельности («Для того, чтобы управлять, – говорит герой М. Булгакова, – нужно, как-никак, иметь точный план на некоторый хоть сколько-нибудь приличный срок» [29, с. 18], предполагает разделение целей по временным срокам планирования – краткосрочные или оперативные (год и менее), среднесрочные (3–5 лет) и стратегические (10–15 лет и более). Для анализа требуются показатели, на основе которых можно было бы определить отклонения фактических их значений от плановых, выявить причины их возникновения, наметить пути их устранения.

В регулировании следует различать цели общеорганизационные, цели отдельных подразделений и цели индивидов. Цели мотивирования предполагают возможность увязки доходов работающих с их вкладом в конечные результаты деятельности предприятия. Цели также можно классифицировать на «жесткие», чаще выраженные в численной форме (например, увеличить объем прибыли в текущем

квартале на 12 %), и более «мягкие» (например, шире привлекать сотрудников к принятию решений). Целевое начало в деятельности предприятия возникает как отражение целей и интересов различных групп людей, так или иначе связанных с деятельностью предприятия и вовлеченных в процесс ее функционирования [22, с. 8]. У разных групп людей даже на одном предприятии – разные цели. Так, у собственника фирмы – это получение прибыли, а у работников – улучшение своего материального положения, сокращение рабочего дня, улучшение условий труда и т.д. Следовательно, при определении цели деятельности предприятия необходимо учитывать и согласовывать цели всех работающих на нем людей.

Цель предприятия трактуется разными авторами как конкретные конечные состояния или искомые результаты, которых хотела бы добиться группа, работая вместе [2, с. 2]; как образ будущего результата цель определяет формат (взаимодействие), состав (работы) и стоимость (бюджет), т.е. аспекты операционного плана, который должен быть разработан специалистами службы персонала и защищен перед высшим руководством компании [19, с. 3]; как желаемый, планируемый результат или те ориентиры, которых пытаются достичь, используя свою активность, члены предприятия для удовлетворения коллективных потребностей; как единство мотивов, средств и результатов [28, с. 3]; конечное и будущее состояние объекта управления, достижение которого обеспечивает выполнение миссии и реализации в целом [7, с. 45]; это то, чего мы хотим в итоге достичь: в нужное время, в нужном месте, в нужных показателях [12, с. 18]; **состояние и показатели деятельности** предприятия, которые являются для нее желательными, на достижение которых направлена деятельность [20, с. 124].

Как видно из приведенных и других известных определений, можно сформулировать цель предприятия как достижение конкретных планируемых результатов и показателей деятельности, удовлетворяющих коллективные потребности, которых стремится достичь предприятие, и на достижение которых направлена совместная деятельность. В соответствии с экономическими законами основным результатом деятельности фирмы является получение прибыли [5, с. 21; 9, с. 73] др., превышение результатов над затратами. Идеальным является такое положение, когда получение максимальной прибыли обеспечивает и более высокую рентабельность, которая характеризует прибыль на

рубль затрат ресурсов. Получить прибыль предприятие может только в том случае, если оно производит продукцию или услуги, которые реализуются, т.е. удовлетворяют общественные потребности. Предприятию необходимо произвести продукт, который удовлетворит потребности и притом по такой цене, которая соответствовала бы спросу. Получение прибыли чаще всего соответствует интересам общества, так как ее наличие означает, что произведенная продукция признана покупателем; из нее выплачиваются налоги, на основании которых формируются различные бюджеты (федеральные, муниципальные, региональные). Вместе с тем возможны ситуации, при которых рост прибыли не соответствует интересам общества. Так, прибыль, полученная в результате завышения цен, нерационального использования ресурсов с позиций общества, может приводить к неоправданным потерям.

Прибыль как показатель, характеризующий превышение результатами (выручки от продажи товара или услуги) затраченных средств (себестоимости продукции), называется валовой прибылью. Известно, что не вся валовая прибыль принадлежит собственнику. Для того чтобы получить прибыль, которую собственник может израсходовать на удовлетворение своих потребностей, необходимо вычесть из валовой прибыли:

- налоги, выплачиваемые в федеральный и местные бюджеты (оставшаяся часть называется «чистой» прибылью);
- долги кредитным организациям (кредит и проценты за его использование), дивиденды владельцам ценных бумаг и др.);
- часть прибыли, направленную на накопление (вложения в развитие, расширение, совершенствование производства и др.).

Оставшаяся часть прибыли может быть израсходована собственником по своему усмотрению и далее называется нами «прибылью на конечное потребление». Именно в ней находят адекватное выражение интересы собственника. Другие показатели, характеризующие результаты бизнеса, не могут отражать цель бизнеса и чаще всего характеризуют средства достижения цели. К примеру, показатель выручки (объема реализованной продукции), являясь важным показателем результатов деятельности в бизнесе, не всегда отражает цели производства, так как производство малоприбыльной, тем более убыточной, продукции делает бизнес либо неконкурентоспособным, либо бессмысленным.

При оценке уровня достижения цели следует различать сиюминутную, текущую прибыль и прибыль, получаемую в течение продолжительного промежутка времени. Эффективный, «цивилизованный» бизнес, безусловно, должен ориентироваться на последнюю. Хотя в практике хозяйствования можно найти примеры, когда перспективная прибыль приносится «в жертву» текущей (в период «выживания» фирмы (к сожалению, достаточно распространенная в настоящее время в России стратегия развития), при производстве продукции, находящейся на завершающей стадии жизненного цикла и др.). Однако конкурентоспособной на рынке на протяжении длительного времени может быть только фирма, менеджеры которой осознают и реализуют безусловный приоритет прибыли в долгосрочной перспективе. Такая стратегия развития предполагает проведение активной инвестиционной, преимущественно инновационной политики, для проведения которой необходимы накопления, в частности за счет прибыли. В связи с этим весьма актуален вопрос об оптимизации соотношения между накапливаемой и потребляемой частями прибыли. Исходя из обоснованной выше цели бизнеса, это соотношение оптимально, когда максимизируется на длительном промежутке времени прибыль на конечное потребление. Очевидно, что это может достигаться при условии высокой «отдачи» накапливаемой части прибыли (в виде дополнительно получаемой прибыли от освоения накоплений) и зависит от темпов инфляции. Так, в условиях высоких темпов инфляции, имеющих место в России на протяжении ряда лет, весьма проблематичны инвестиции в долговременные проекты, так как значительная часть получаемой в результате реализации проекта прибыли должна расходоваться на пополнение основного капитала, обесценившегося в результате инфляции.

Не все экономисты согласны с тем, что основной целью предприятия является прибыль. Так, К. Боулдинг считал, что целью фирмы является не максимизация потока благ (прибыли) в течение определенного времени, а улучшение соотношения обязательств и активов. Главным, с его точки зрения, является накопление реальных активов путем обмена или производства [4, с. 23]. Без неуклонного роста активов предприятия невозможен максимум прибыли в длительной перспективе. По нашему мнению, этот рост, однако, не является самоцелью, а лишь средством максимизации прибыли. С. Камеонский и Р. Мамонтов считают, что цель предприятия – это его функционирование, ориен-

тированное на интересы потребителя [13, 17]. Естественно, реализация производимых предприятием товаров – обязательное условие получения прибыли, однако и здесь учет интересов потребителя не цель, а одно из средств ее достижения. Максимизация прибыли, считает Дж. Вестен, не является надежным критерием при формировании портфеля ценных бумаг, так как при этом необходимо учитывать фактор риска. Высокодоходные проекты, как правило, связаны с большими рисками, и наоборот [6, с. 81]. Представляется, что и в этом случае прибыль может и должна выступать в качестве главного критерия, однако при ее планировании должны быть учтены риски. В. Гончарук считает, что обычными целями являются получение «хорошей» прибыли и «развитие» предприятия [10, с. 8]. Действительно, развитие – важнейшее условие получения прибыли в долгосрочном периоде, однако и в этой позиции нам представляется неправомерным смешение цели и средств ее достижения. Г. Багиев и А. Асаул считают, что основной целью предприятия является обеспечение целей развития компании путем проведения эффективной маркетинговой политики [3, с. 11]. Представляется, что и маркетинговая политика призвана обеспечить реализацию товаров и услуг предприятия, расширение занимаемой им рыночной ниши, что в конечном счете найдет отражение в росте его прибыли.

Стремление к получению максимальной прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для хозяйствующего субъекта прибыль является сигналом, указывающим на то, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы [24, с. 2]. Из сказанного выше следует, что прибыль является основным стимулом для деятельности предприятия, а также полезна для общества.

Следует согласиться с Т. Корбеттом и А. Пронишиным, которые считают, что целью фирмы является максимизация прибыли в настоящее время и в будущем [25, с. 28]. Необходимо, однако, учитывать, что максимизация прибыли в краткосрочном периоде может противоречить ее максимизации в долгосрочном. Исходя из обоснованной выше цели бизнеса, это соотношение оптимально, когда максимизируется на длительном промежутке времени прибыль на конечное потребление.

Прибыль, расходуемая на конечное потребление, хотя и точнее других ее видов (балансовой, чистой и др.) отражает интересы предпринимателя, не позволяет, однако, оценить уровень достижения цели, сравнить результаты его деятельности с конкурентами.

Для того чтобы оценить уровень достижения цели, необходимы относительные показатели, позволяющие сравнить анализируемый бизнес с другими. Чаще всего для этого используются показатели рентабельности производства – отношений валовой или чистой прибыли и др. к затраченным на ее получение ресурсам. Выше было показано, что наиболее адекватное отражение цели бизнеса достигается в показателе прибыли на конечное потребление, следовательно, представляется целесообразным и рентабельность рассчитывать на его основе. Показатель рентабельности, как правило, характеризует и эффективность деятельности предприятия, так как эффективной следует считать лишь ту деятельность, в результате которой достигаются поставленные цели. Конечные результаты предприятия – объемы продаж, получения прибыли, материальный достаток работников напрямую зависят от того, насколько деятельность предприятия эффективна, рациональна, учитывает рекомендации науки и передовой опыт [3, с. 3]. В самом общем виде эффективность представляет собой соотношение результатов и затрат, это относительный эффект, результативность процесса, операции, проекта, определяемые как отношение эффекта, результата к затратам, расходам, обусловившим, обеспечившим его получение [26, с.193].

Принято считать, что термин «эффективность» появился первоначально в экономической литературе. Этот термин встречался уже в работах А. Тюрго – одного из основателей классической политэкономии – и главы школы физиократов Ф. Кенэ [15, с. 119], а Г. Эмерсон отмечал, что главной заботой управляющего должна быть эффективность [30, с. 117]. Применительно к нашему предмету исследования особый интерес представляет собой эффективность производства, под которой понимается показатель деятельности производства по распределению и переработке ресурсов с целью производства товаров. Экономический эффект отображает различные стоимостные показатели, которые характеризуют промежуточные и конечные результаты производства на предприятии (в объединении предприятий). К таким показателям относятся объем товарной, чистой или реализованной продукции, величина полученной прибыли,

экономия тех или иных видов производственных ресурсов или общая экономия от снижения себестоимости продукции. Социальный эффект сводится к сокращению продолжительности рабочей недели, увеличению новых рабочих мест и уровня занятости людей, улучшению условий труда и быта, состояния окружающей среды, общей безопасности жизни и т.п.

Социальные последствия производства могут быть не только положительными, но и негативными (появление безработицы, усиление инфляции, ухудшение экологических показателей). Они имеют особенность – не все из них поддаются количественному измерению. В связи с этим на предприятиях определяют, оценивают и регулируют (в границах своих возможностей) как экономическую, так и социальную эффективность производства (производительность системы). Суть проблемы повышения экономической эффективности производства состоит в том, чтобы на каждую единицу трудовых, материальных и финансовых ресурсов добиваться существенного увеличения объема производства продукции. Эффективность производства представляет собой комплексное отражение конечных результатов использования средств производства и рабочей силы за определенный промежуток времени. В зарубежных странах с развитой рыночной экономикой для очерчивания результативности хозяйствования используют другой термин – производительность системы производства и обслуживания, под которой понимают эффективное использование ресурсов (труда, капитала, земли, материалов, энергии, информации) при производстве разнообразных товаров и услуг.

Таким образом, для оценки уровня достижения цели следует использовать показатель рентабельности, рассчитываемый как отношение прибыли на конечное потребление (полученной в результате производственно-хозяйственной деятельности либо реализации инвестиционного проекта) к затратам (себестоимости производства или капитала). Полученная величина показывает, сколько рублей прибыли на конечное потребление получает собственник от использования одного рубля затрат или инвестиций. Только сопоставляя полученное значение рентабельности с аналогичными показателями конкурентов – среднеотраслевыми, альтернативных вложений (например, с банковским процентом по вкладам), – можно сделать вывод о целесообразности бизнеса с позиции его цели. Рост прибыли должен достигаться в условиях постоян-

ного роста активов предприятия, расширения его рыночной ниши, повышения конкурентоспособности [31, с. 34].

Исходя из вышесказанного, сформулируем основные подходы предпринимателя в целеполагании:

1. Основной целью бизнеса является максимизация прибыли на конечное потребление. Доход, получаемый от бизнеса, не может характеризовать цель бизнеса, так как даже высокий доход может быть получен при значительных издержках и сопровождаться либо убыточностью производства (когда издержки превышают доход), либо недостаточной величиной прибыли, не обеспечивающей возможности расширенного воспроизводства, конкурентоспособности фирмы.

2. При выборе вариантов вложения средств предпочтение следует отдавать тем из них, которые обеспечивают более высокую прибыльность капитала на длительном промежутке времени – максимум прибыли за первый год функционирования капитала еще не свидетельствует о предпочтительности соответствующего варианта. Из этого вытекает необходимость при обосновании варианта вложений средств рассматривать период не менее 3–5 лет.

3. После выбора лучшего по рентабельности варианта вложений средств полученное значение рентабельности сравнивается со средней рентабельностью в выбранной сфере деятельности (рентабельностью конкурентов), и если показатели анализируемого бизнеса хуже, то это свидетельствует о его неконкурентоспособности.

4. Для вновь организуемого малого бизнеса имеет смысл сопоставить прибыль на конечное потребление со средней заработной платой наемного работника, квалификация которого соответствует квалификации предпринимателя. Прибыль на конечное потребление с учетом риска должна быть существенно выше, в противном случае такой бизнес нецелесообразен. Обоснованный выше подход не может рассматриваться в качестве универсального, что особенно справедливо в условиях российского, во многом не сложившегося рынка. Так, для убыточных предприятий, число которых в настоящее время составляет в России 30 % и более, естественно, нужны другие критерии принятия решений. В ряде случаев предприниматели вынуждены довольствоваться рентабельностью ниже, чем у конкурентов, в силу разных обстоятельств, и в условиях слаборазвитой конкуренции они могут удерживать свою рыночную нишу до-

статочно долго. Для многих представителей малого бизнеса важны не только экономические цели (иногда и не столько), но и их стремление к свободной, творческой деятельности, к самореализации, самовыражению, за которые они готовы «платить» частью своей прибыли.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Аверчев И.* Как оценить эффективность работы компании / И. Аверчев. – Режим доступа: [http://www.iteam.Ru/publications/finances/section\\_30/article\\_2941/](http://www.iteam.Ru/publications/finances/section_30/article_2941/)
2. *Асаул А. Н.* Феномен инвестиционно-строительного комплекса или сохраняется строительный комплекс страны в рыночной экономике / А. Н. Асаул. – М., 2001.
3. *Багиев Г. Л.* Организация предпринимательской деятельности : учеб. пособие / Г. Л. Багиев, А. Н. Асаул ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – СПб., 2001. – 231 с.
4. *Boulding K. E.* Implications for General Economics of More realistic Theories of the Firm / К. Е. Boulding // American Economic Association Proceedings. – 1952. – May.
5. *Бронникова Т. С.* Маркетинг : учеб. пособие / Т. С. Бронникова, А. Г. Чернявский. – М., 1999.
6. *Westen J. F.* The Profit Concept out Theory : A Restatement / J. F. Westen // Journal Political Economy. – 1954. – Vol. 62. – Apr.
7. *Гапоненко А. Л.* Стратегический менеджмент : учебник / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М., 2004. – 472 с.
8. *Глухов В. В.* Основные показатели успешной деятельности предприятия / В. В. Глухов // Copyright. – 2010. – Элитариум : Центр дистанционного образования. – Режим доступа : [www.elitarium.ru](http://www.elitarium.ru)
9. Гражданский кодекс Российской Федерации. – М., 1994.
10. *Гончарук В. А.* Стратегическо-целевой комплекс / В. А. Гончарук. – Режим доступа : <http://www.mtu-net.ru/consult/books/conceptions/>
11. *Гусев А. А.* Концепция EVA и оценка эффективности деятельности компании / А. А. Гусев // Финансовый менеджмент. – 2005. – № 1. – Режим доступа : <http://www.dis.ru/library/fm/archive/2005/1/3922.html>
12. *Деревянко Е.* Оперативное планирование : мифы и реалии / Е. Деревянко, Д. Ковалев. – Режим доступа : <http://otvetin.ru/naukatchech/15233-cho-takoe-derevo-celej.html>
13. *Камионский С. А.* Менеджмент в российском банке : опыт системного анализа и управления / С. А. Камионский. – Режим доступа : <http://www.mtu-net.ru>
14. *Карачаровский В.* Концентрация капитала и новая экономика / В. Карачаровский // Экономист. – 2006. – № 5.
15. *Кенэ Ф.* История экономических учений : зарождение классической политической экономии. Школа физиократов / Ф. Кенэ, А. Тюрго. – Режим доступа : <http://econteor.Ru/hste/opebr>

16. *Конторов Д. С.* Внимание – системотехника! / Д. С. Конторов. – М., 1999.
17. *Мамонтов Р. И.* Руководитель отдела маркетинга компании «Диджитлайн Аудит IT» **инфраструктуры** предприятия : цели, задачи, реализация / Р. И. Мамонтов. – Режим доступа : <http://www.dltens.ru/audit-it-infrastructure.html>
18. Методика оценки эффективности использования средств федерального бюджета, направляемых на капитальные вложения : утв. Министерством экономической политики и развития Российской Федерации ; Приказ от 24 февр. 2009 г. № 58. – 22 с.
19. *Молвинская И. А.* Сверяемся с поставленной целью. Технологии корпоративного управления – 2006 г. / И. А. Молвинская. – Режим доступа : <http://www.iteam.ru/>
20. *Одинцов А. А.* Менеджмент организации : введение в специальность : учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., стер. / А. А. Одинцов. – М., 2009. – 240 с.
21. *Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М., 1992.
22. *Пелих А. С.* Организация предпринимательской деятельности. – Изд. 2-е, испр. / А. С. Пелих [и др.]. – М., 2003. – 187 с.
23. Первый социальный словарь. – Режим доступа : <http://webotvet.ru/articles/opredelenie-pokazatel.html>
24. Прибыль предприятия. – Режим доступа: <http://1c77.cjm.ua/new/Pribil.php>
25. *Пронишин А.* Цель бизнеса с позиции собственника / А. Пронишин. – Режим доступа: <http://pharmapractice.ru/30992>
26. *Садовский В. Н.* Большая советская энциклопедия / В. Н. Садовский. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru>
27. *Солодкая М. С.* Надежность, эффективность, качество систем управления / М. С. Солодкая // Теоретический философский журнал «Credo». – 1999. – № 5 (17).
28. *Фролов С. С.* Цели организации / С. С. Фролов. – Режим доступа: [http://www.iteam.ru/publications/strategy/section\\_27/article\\_119](http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_27/article_119)
29. *Черчмен У.* Введение в исследование операций / У. Черчмен [и др.]. – М., 1968.
30. *Эмерсон Г.* Двенадцать принципов производительности / Г. Эмерсон. – М., 1972. – 224 с.
31. *Эшби Р.* Введение в кибернетику / Р. Эшби. – М., 1970. – 143 с.

*НПО Столичная финансово-гуманитарная академия (г. Москва)*

*Полищук Е. В., аспирант*

*E-mail: el-polishuk@mail.ru*

*Тел.: 8-909-162-17-08; 8-499-746-70-15*

*NGOs Capital Finance and the Humanities Academy (Moscow)*

*Polishchuk E. V., Post-graduate Student*

*E-mail: el-polishuk@mail.ru*

*Tel.: 8-909-162-17-08; 8-499-746-70-15*