

управления, в связи с тем, что побуждает сотрудников к труду, от которого, в свою очередь, зависят экономические показатели и конкурентоспособность организации.

### Литература

1. Доронина Ю.Ю., Игнатъева О.В. Развитие человеческих ресурсов: монография – М.: Эдитус, 2012. -78с.
2. Крекова М.М., Белянина И.В., Игнатъева О.В., Доронина Ю.Ю., Киселева Е.М., Красильников А.В. Командообразование: Учебное пособие –М.: Цифровичок, 2014. - 200с.
3. Оковкина О.Н., Чупайда А.М. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Экономический журнал РГГУ. – 2010. –№19

### **Импортозамещение как фактор роста конкурентоспособности российских предприятий**

Новичкова М.А., Щуплова А.А., Носова С.С., д.э.н., профессор  
Университет машиностроения,  
Гуманитарно-экономический институт им.В.С. Черномырдина,  
кафедра «Менеджмент»  
г. Москва, Россия  
nss\_10@mail.ru, +7(916) 434 - 66 -45

*Аннотация.* В статье обосновывается стратегия импортозамещения в России как необходимое условие реформирования факторов роста предприятий российской автомобильной промышленности; подчеркнуто, что политика импортозамещения может стать панацеей выхода России из кризиса 2014 -2015 гг.

*Ключевые слова:* импортозамещение, высокотехнологичная продукция, конкурентоспособность.

Импортозамещение — замещение импорта товарами, произведёнными отечественными производителями, т. е. внутри страны. 10 сентября 2015 г. на открытии Центра импортозамещения и локализации в Санкт-Петербурге председатель Совета Федерации РФ Валентина Матвиенко отметила, что "модернизация российской экономики невозможна без реализации программы импортозамещения, которая в настоящий момент является приоритетной. Товары, которые производятся в России, зачастую превосходят зарубежные аналоги". [2] Для замещения импорта необходимо организовать новое производство, как товаров производственного, так и потребительского назначения. В этот период требуется рост государственных средств для перезагрузки национального производства.

Новое национальное производство должно быть ориентировано на выпуск высокотехнологичной продукции, чтобы обеспечить рост конкурентоспособности российских промышленных предприятий. Важным моментом становится разработка инструментов стратегического планирования выпуска высокотехнологичной продукции, что требует подробного анализа рынка, спроса и предложения. При исследовании спроса на рынке высокотехнологичной продукции следует, прежде всего, определить круг предприятий, способных выпускать такую продукцию. Поэтому важное место начинает занимать кластеризация высокотехнологичного производства, ориентированного на потребителя. [4] В основе любой кластеризации лежат имманентные характеристики потребителя, которые поставщику предстоит выявить и дифференцировать. Связь имманентных характеристик и внешних индикаторов не всегда очевидна. В случае с формальными признаками эта задача решается очень просто: если компания работает в машиностроительной отрасли, то ей понадобится сырье и основные средства для производства машиностроительной продукции.

Качественные формальные признаки – это объективные параметры деятельности предприятия, которые выражены не количественно (отрасль деятельности, место производство, отнесение к субъектам малого и среднего предпринимательства и т.д.). Количественные формальные признаки – это объективные параметры деятельности предприятия, которые оцениваются по установленной процедуре (прибыль, доход, рентабельность, размер бизнеса и т.д.). Правила расчета количественных показателей чаще всего определяются законодательством, поэтому риск их ненадежности минимален и связан в основном с непрозрачными схемами налогового учета.

Кластеризация легко решает задачу определения потребностей. Продукция высокотехнологичных отраслей востребована во всех отраслях промышленности. Следовательно, большинство компаний промышленного сектора экономики должны рассматриваться как потенциальные потребители национальной продукции высокотехнологичных рынков. Поэтому следует исследовать тенденции развития промышленных предприятий как основного потребителя отечественной продукции высокотехнологичных рынков. [3]

Драйвер роста высокотехнологичного производства – появление внутри кластера определенных критических признаков, под действием которых происходит переход от одной стадии к другой. Рис.1.



Рисунок 1 - Стадии жизненного цикла кластера

Стадии, изображенные на рис. 1, подходят для всех отраслей.

Более подробно их можно представить так:

Рождение – появление идеи бизнеса, постановка целей, определение первоначального масштаба деятельности.

Детство – переход от идей к действиям, получение дохода, появление финансовых обязательств,

Бурный рост («давай – давай») – высокие темпы роста, повышение доверия на рынке, укрепление уверенности в себе,

Юность – духовное перерождение, поиск альтернативных путей развития бизнеса,

Расцвет – оптимальный баланс между регламентацией и гибкостью бизнеса,

Стабильность – начало старения бизнеса, возможно снижение показателей финансовой устойчивости,

Аристократичность – потеря гибкости, переориентация с долгосрочных целей на краткосрочные, избегание риска,

Ранняя бюрократичность – внутренние конфликты в руководстве, «охота на ведьм» - поиск виновников в снижение эффективности, потеря внимания к альтернативам,

Бюрократичность – расцвет всех недостатков текущей структуры, искусственное поддержание деятельности,

Смерть – потеря предпринимательского интереса к бизнесу, ликвидация либо перевод на субсидирование.

Исследование показывает, что эти стадии являются общими для большинства промышленных кластеров независимо от отрасли. Они необходимы для обеспечения эффективности. [1] Эффективность означает, что применение кластеризации производства должно быть экономически целесообразно и выгодно обществу.

В условиях импортозамещения экономика должна обладать емкостью, чтобы потребить национальный продукт. И более того, чтобы получить определенный доход. Поэтому национальные производители должны решать три задачи: что и сколько производить, как производить и для кого производить. Ведь известно, что в рыночной экономике на первое место выходит потребитель. Важны его предпочтения.

Поэтому неслучайно, что лауреатом Нобелевской премии по экономике в 2015 г. стал англо-американец Ангус Дитон «за анализ потребления, бедности и благосостояния». Таким образом, двигателем воспроизводственного процесса в части импортозамещения вновь утверждается потребление. Это должно быть такое потребление, которое приносит доход в твердой валюте. Это означает, что импортозамещение должно ориентироваться не только и не столько на внутренний рынок, сколько на внешний. Если не будет валютной выручки, то импортозамещение может привести к накоплению долгов. И самое главное: результат от импортозамещения проявляется не ежеминутно. Это длительный процесс. И только в долгосрочной перспективе можно рассчитывать на заметный эффект.

Стратегия импортозамещения в России установила специфические рамки и имеет, кроме того, ряд особенностей:

- цель импортозамещения состоит не в создании новой промышленности, а в оживлении ранее сложившихся отраслей;
- производственные мощности могут оставаться в 100- процентной собственности иностранцев;
- со стороны государства было бы целесообразно стимулировать импортозамещение. Импортозамещение может стать фактором выхода из кризиса. Для это нужны изменить российскую практику импортозамещения. Нужно использовать китайский опыт, особенно в автомобилестроении. Слишком большие льготы получили иностранцы в российском автомобилестроении. Поэтому автомобильное производство в России просело, особенно в премиум-сегменте.

Стратегия импортозамещения не предполагает особой защиты российских производителей.

С переносом конечной сборки в Россию поначалу ввоз компонентов значительно вырос. Как известно, производители автомобилей и поставщики компонентов взаимодействуют друг с другом. Однако зарубежные автогиганты не стремились открывать собственные производства в России. Российский автопром довольствовался поставками автокомпонентов. И на это шла страна, которая с 1954 г. успешно осваивает космос. Из практики отечественного автопрома должна уйти экспансия иностранного капитала.

### **Выводы**

В результате реализации политики импортозамещения есть выход из сложившейся ситуации в российской экономике 2014-2015 гг., т.е. обеспечения роста конкурентоспособности экономики в целом, а также промышленных предприятий, в том числе и автомобильных.

### **Литература**

1. Аленина Е.Э., Новичков В.И., Носова С.С. Инновация как драйвер роста инновационности промышленных предприятий в современной экономике России. Инновации и инвестиции. - 2013. - № 7. - С. 8-15.

2. Матвиенко В.И. Импортзамещение в России — вопрос национальной безопасности. <http://www.regnum.ru/news/economy/1967315.html>
3. Носова С.С., Новичков В.И. Инновации в системе цепной реакции современного воспроизводственного процесса в условиях глобализации. // Инновации и инвестиции, - 2014, - № 4. - С. 7-11

### **Совершенствование мотивации экономической деятельности человека как фактор роста эффективности организации**

Мещерский И.Г., Платонова А.С., Носова С.С., д.э.н., профессор  
Университет машиностроения,  
Гуманитарно-экономический институт им.В.С. Черномырдина,  
кафедра «Менеджмент»  
г. Москва, Россия  
*nss\_10@mail.ru, + 7(916)434-66-45*

*Аннотация.* В статье рассматривается мотивация индивида, которая представляет собой процесс преобразования внешней мотивации хозяйственных агентов во внутреннюю, что наблюдается не только в процессе развития предпринимательства, но и затрагивает всю трудовую деятельность человека.

*Ключевые слова:* мотивация экономической деятельности, хозяйственная система, внешняя и внутренняя мотивация.

Мотивированный человек выступает инициатором совершенствования техники и технологии, своей деятельностью изменяет организацию экономического действия и способствует трансформации институциональной среды. При отсутствии возможности привлечения внешних ресурсов для экономического развития остается обращаться только к способностям человека, к активности и рациональности его действий. В менеджменте изучению мотивации деятельности хозяйствующих субъектов уделяется пристальное внимание, направляются значительные исследовательские ресурсы на разработку идей, где существуют десятки теорий и концепций, проясняющих суть данного предмета.

Согласно неоклассической экономической парадигме, действия экономических агентов полностью контролируются функцией полезности или выгоды индивида, обладающей бюджетными и временными ограничениями. Экономическое поведение индивида в данной модели формируется действиями, направленными на максимизацию функции полезности или выгоды. Поведение экономических агентов становится строго детерминированным. «Какой бы философии мы ни придерживались в вопросе о мотивации человеческого поведения, — пишет Ф. Найт, — факт остается фактом, люди действительно выращивают больше хлеба, чтобы откормить больше свиней и купить больше земли для того, чтобы вырастить еще больше хлеба для того, чтобы откормить еще больше свиней для того, чтобы купить еще больше земли...» [1, 302]. В данной теоретической конструкции использование мотива для экономической деятельности рассматривается как инстинкт по удовлетворению жизненных потребностей человека. Экономический агент, исходя из объема имеющихся ограниченных ресурсов, рефлексивно максимизирует выгоду или извлекает для себя пользу.

Так, по Д. Норту, «частная собственность развивается на базе развития способностей человека и разделения труда, однако движущей причиной служит всеобщий инстинкт присвоения. Частная собственность в крупных масштабах накапливается в силу того, что существуют агрессивные и способные индивиды, в психике которых этот инстинкт абсолютно доминирует, превратившись в инстинкт накопительства, тогда как большинство населения обладает иной психикой» [2, 36]. Поэтому неслучайно Д. Норт обращал внимание на отсутствие масштабных теоретических разработок в экономической науке самого содержания мотивации экономической деятельности индивида. Недостаточность теоретических разработок мотивации в менеджменте Д. Норт связывал с доминированием