

# ГОСТ Р 7.0.5-2008

## «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»

**Библиографическая ссылка** содержит библиографические сведения о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте документа другом документе (его составной части или группе документов), необходимые и достаточные для его идентификации, поиска и общей характеристики.

# Состав элементов библиографической ссылки. Особенности применения знаков предписанной пунктуации

По составу элементов библиографическая ссылка может быть полной или краткой.

**Полная ссылка** предназначена для общей характеристики, идентификации и поиска документа – объекта ссылки.

**Краткая ссылка** предназначена только для поиска документа – объекта ссылки, поэтому ее составляют на основе принципа лаконизма.

В библиографических ссылках **допускается** **заменять** предписанный **знак точку** и **тире**, **разделяющий** библиографического описания, **точкой** **области**

# Заголовок записи в библиографической ссылке

Заголовок обязательно применяется в ссылках, содержащих записи на документы, созданные одним, двумя или тремя авторами. В этом случае все авторы указываются через запятую в заголовке. Имена авторов, указанные в заголовке, не повторяют в сведениях об ответственности.

Пример:

**Пыленко Н. И.** Петр Первый. М., 1976. С. 27.

**Федощев А. Г., Федощева Н. Н.** Муниципальное право в схемах и определениях. М. : Юристъ, 2007. 162 с.

**Романенко В. Н., Орлов А. Г., Никитина Г. В.** Книга для начинающего исследователя-химика. Л. : Химия, 1987. 280 с.

Четыре и более автора – заголовок не применяется.

Пример:

История России / А. С. Орлов [и др.]. 2-е изд. М. : Проспект, 2001. 514 с.

# Область физической характеристики

## 1 Общие принципы функционирования бизнес-инкубаторов

### 1.1 Сущность бизнес-инкубаторов

Бизнес-инкубатор (иногда называют «технопарк» или «бизнес-парк») – идеальная структура для выращивания «малых форм». Это организация, целью которой является поддержка и развитие малых предприятий на самой начальной стадии развития – с помощью формирования благоприятных условий для их быстрого создания, становления и успешного развития. Общее представление о бизнес-инкубаторе дает работа И. А. Родионовой<sup>1</sup>.

Бизнес-инкубаторы обеспечивают всестороннюю правовую (документацию, налоги) и организационную (офис, отношения с властями, «крыша») поддержку начинающему предпринимателю. Инкубаторы предоставляют комплекс услуг и ресурсов; обеспечение предприятий физическим пространством (площадями) на льготных условиях, обучение персонала, консалтинг, доступ к информационной базе, хорошо подобранный пакет программ деловой поддержки, включая постоянную помощь в управлении предприятием и специализированные программы обучения, а также доступ к финансированию и предоставление существенных ценовых льгот. Это значительно увеличивает шансы на выживание предприятия и уменьшает затраты, на его создание и налаживание деятельности.

Таким образом, бизнес-инкубаторы являются инструментом регионального содействия развитию экономики, направленным на эффективную поддержку только что созданных или молодых предприятий на начальной стадии. В центре внимания находится сдача предпринимателям внаем офисных и производственных помещений, а частично и технического оборудования на выгодных условиях, а также предоставление соответствующих сервисных услуг (консультаций, сопровождение и инфраструктура).

<sup>1</sup> Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX в. М., 2002. 368 с.

Если ссылка дается на весь документ, то в области физической характеристики указывается общий объем документа.

# Область физической характеристики

## 2 Классификация фирм, действующих на мировом рынке

Любая внешнеторговая операция российского предприятия (совместное предпринимательство, купля или продажа товаров и услуг и т.д.) начинается с выбора иностранного партнера — контрагента.

Правильный выбор контрагентов и, в конечном счете, эффективность внешнеэкономических связей во многом зависят от фирменной структуры конкретной отрасли, роли ведущих фирм на мировом и национальных товарных рынках, организационных и правовых форм деятельности зарубежных фирм, методов их сбытовой деятельности, финансовых и производственных возможностей и ряда других факторов.

Удачный выбор контрагента поможет избежать неприятных недоразумений и финансовых потерь.

«Фирма — это обособившаяся в процессе общественного разделения труда хозяйственная единица современного капиталистического хозяйства, зарегистрированная в соответствующей правовой форме. В качестве юридически самостоятельных фирм могут выступать хозяйственные единицы отдельных отраслей экономики с различной концентрацией капитала и производства, разнообразных форм собственности и правовых форм, с разной национальной принадлежностью»<sup>2</sup>.

Фирмы классифицируются по ряду критериев:

По виду хозяйственной деятельности и характеру операций фирмы делятся на: промышленные; сельскохозяйственные и агропромышленные; торговые; строительные; транспортные; страховые; инжиниринговые; лизинговые и др.

Промышленные компании составляют одну из самых многочисленных групп. К их числу относятся фирмы, в которых 50% оборота и более составляет продукция их собственных предприятий.

<sup>2</sup> Внешнеэкономическая деятельность предприятия / под ред. Л. Е. Стровского. М., 2000. С. 170.

**Если ссылка дается на часть документа (фрагмент текста), то в области физической характеристики указываются сведения о местоположении объекта ссылки (фрагмента текста) в документе.**

# Виды библиографических ссылок

По месту расположения в документе библиографические ссылки делятся на:

- ❖ **внутритекстовые** (помещенные в тексте документа);
- ❖ **подстрочные** (вынесенные из текста вниз полосы документа в сноску);
- ❖ **затекстовые** (вынесенные за текст документа или его части в выноску).

# Виды библиографических ссылок.

## Внутритекстовая библиографическая ссылка

### 1.2 Основные направления инновационной деятельности в сфере грузовых автоперевозок

В начале XXI века экономический рост базируется на ведущей роли научно-технического прогресса в интеллектуализации основных факторов производства. «На долю новых технологий, оборудования, образования кадров, организации производства в развитых странах приходится от 70 до 85% прироста ВВП» (Васильев С. В. Инновационный маркетинг. М., 2005. С. 46).

Интенсивность научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ во многом определяет уровень экономического развития, в глобальной экономической конкуренции выигрывают страны, которые обеспечивают благоприятные условия для научных исследований и научно-технического прогресса. Поэтому развитые страны мира переходят сейчас к качественно новому этапу социально-экономического развития, характеризующемуся наличием высокоэффективных национальных инновационных систем.

Уже сейчас в развитых секторах экономики России, в том числе и в транспортном комплексе, в научно-технической и инновационной сферах существует достаточное количество разработок, готовых к внедрению в производство и направленных на повышение конкурентоспособности.

Особенно это важно для транспортной отрасли, так как транспорт всегда являлся и является важнейшей отраслью экономики России, обеспечивающей как деятельность других секторов экономики, так и удовлетворение транспортных потребностей населения. Наряду с другими инфраструктурными отраслями он обеспечивает базовые условия жизнедеятельности общества, являясь важным инструментом достижения социальных, экономических, внешнеполитических и других целей. Поэтому в период социально-экономических реформ системное инновационное развитие транспорта является одним из ключей к эффективности использования национальных богатств России, подъему производства и жизненного уровня, международной интеграции.

Цитата

Внутритекстовая ссылка

**Внутритекстовая библиографическая ссылка  
приводится непосредственно в тексте  
документа и заключается в круглые скобки.**

# Виды библиографических ссылок.

## Подстрочная библиографическая ссылка

Подстрочная библиографическая ссылка оформляется как примечание, вынесенное из текста документа вниз полосы.

Для связи подстрочных ссылок с текстом документа используют знак сноски.

Цитата

Подстрочная ссылка

### 2 Классификация фирм, действующих на мировом рынке

Любая внешнеторговая операция российского предприятия (совместное предпринимательство, купля или продажа товаров и услуг и т.д.) начинается с выбора иностранного партнера — контрагента.

Правильный выбор контрагентов и, в конечном счете, эффективность внешнеэкономических связей во многом зависят от фирменной структуры конкретной отрасли, роли ведущих фирм на мировом и национальных товарных рынках, организационных и правовых форм деятельности зарубежных фирм, методов их сбытовой деятельности, финансовых и производственных возможностей и ряда других факторов.

Удачный выбор контрагента поможет избежать неприятных недоразумений и финансовых потерь.

«Фирма — это обособившаяся в процессе общественного разделения труда хозяйственная единица современного капиталистического хозяйства, зарегистрированная в соответствующей правовой форме. В качестве юридически самостоятельных фирм могут выступать хозяйственные единицы отдельных отраслей экономики с различной концентрацией капитала и производства, разнообразных форм собственности и правовых форм, с разной национальной принадлежностью»<sup>2</sup>.

Фирмы классифицируются по ряду критериев:

По виду хозяйственной деятельности и характеру операций фирмы делятся на: промышленные; сельскохозяйственные и агропромышленные; торговые; строительные; транспортные; страховые; инжиниринговые; лизинговые и др.

Промышленные компании составляют одну из самых многочисленных групп. К их числу относятся фирмы, в которых 50% оборота и более составляет продукция их собственных предприятий.

<sup>2</sup> Внешнеэкономическая деятельность предприятия / под ред. Л. Е. Стровского. М., 2001. С. 170.



# Виды библиографических ссылок. Подстрочная библиографическая ссылка

При нумерации подстрочных ссылок применяют единообразный порядок для всего документа: сквозную нумерацию по всему тексту документа.

## 4 Авторитет и направленность личности руководителя при управлении персоналом

Эффективность управленческой деятельности руководителя зависит от его способностей. По определению психолога А. Н. Леонтьева, способности – это такие свойства индивида, совокупность которых обуславливает успешность выполнения некоторой деятельности<sup>4</sup>. Психологи, занимающиеся теорией способностей, различают специфические способности и общую способность личности<sup>5</sup>. Но успешность деятельности руководителя зависит еще и от его опыта (знаний, навыков, умений), а также от качеств личности. Сильного руководителя отличает высокая степень разнородности используемых приемов и методов управления, управленческих умений. Общая способность к управленческой деятельности предполагает следующие управленческие черты и умения, присущие сильным руководителям: Умение решать «нестандартные» управленческие проблемы, не имеющие готовых рецептов решения, связанные с конкретными, иногда и конфликтными ситуациями. Решения должны быть направлены на разрешение конфликтов. Чем более сильным является руководитель, тем менее он конфликтен. Умение мыслить масштабно. Масштабность мышления руководителя тесно связана с его должностным рангом и определяется тем, над какими проблемами он работает и какими категориями в соответствии со своей должностью мыслит: одна из основных психологических трудностей нового руководителя, назначенного на должность, – это приведение масштабов своего мышления в соответствии с новым рангом должности. Степень легкости и эффективности перестройки прежнего масштаба мышления говорит о способности личности к управленческой деятельности. Чем способней руководитель, тем ему легче изменить масштаб своего мышления, а чем он сильнее, тем лучше сумеет реализовать свои способности. Чтобы стать хорошим руководителем высокого ранга и приобрести самосознание такого руководителя, нужно, как правило, пройти все

<sup>4</sup> Леонтьев А. Н. Деятельность, сознание, личность. М.: Смысл, 2004. С. 315.

<sup>5</sup> Бамбуров И. К. Психология личности. СПб., 2007. С. 27.

# Виды библиографических ссылок.

## Затекстовая библиографическая ссылка

Совокупность затекстовых библиографических ссылок оформляется как перечень библиографических записей, помещенный после текста документа.

Для связи с текстом документа **порядковый номер** библиографической записи в затекстовой ссылке указывают **в отсылке**, которую приводят **в квадратных скобках в строку с текстом документа**.

При нумерации затекстовых ссылок используется сплошная нумерация для всего текста документа в целом.

### 1 Общие принципы функционирования бизнес-инкубаторов

#### 1.1 Сущность бизнес-инкубаторов

Бизнес-инкубатор (иногда называют «технопарк» или «бизнес-парк») – идеальная структура для выращивания «малых форм». Это организация, целью которой является поддержка и развитие малых предприятий на самой начальной стадии развития – с помощью формирования благоприятных условий для их быстрого создания, становления и успешного развития. Общее представление о бизнес-инкубаторе дает работа И. А. Родионовой [1].

Бизнес-инкубаторы обеспечивают всестороннюю правовую (документацию, налоги) и организационную (офис, отношения с властями, «крыша») поддержку начинающему предпринимателю. Инкубаторы предоставляют комплекс услуг и ресурсов; обеспечение предприятий физическим пространством (площадями) на льготных условиях, обучение персонала, консалтинг, доступ к информационной базе, хорошо подобранный пакет программ деловой поддержки, включая постоянную помощь в управлении предприятием и специализированные программы обучения, а также доступ к финансированию и предоставление существенных ценовых льгот. Это значительно увеличивает шансы на выживание предприятия и уменьшает затраты, на его создание и налаживание деятельности.

Таким образом, бизнес-инкубаторы являются инструментом регионального содействия развитию экономики, направленным на эффективную поддержку только что созданных или молодых предприятий на начальной стадии, в центре внимания находится сдача предпринимателям внаем офисных и производственных помещений, а частично и технического оборудования на выгодных условиях, а также предоставление соответствующих сервисных услуг (консультаций, сопровождение и инфраструктура).

Затекстовая  
ссылка

Цитата

#### Ссылки:

1. Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX в. М., 2002. 368 с.
2. Бузнов В. П. Управление рисками (рискология). М., 2002. 384 с.
3. Положительный опыт малого предпринимательства в России / И. М. Котов [и др.]. М., 2005. 301 с.
4. Широков Б. М. Введение в оптимальный бизнес. М., 2002. 623 с.
5. Валигурский Д. И., Соловьев А. А. Организация предпринимательской деятельности. М., 2005. 737 с.
6. Тэпман Л. Н. Предпринимательское управление : зарубежный опыт. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 220 с.
7. Алейников А. Н. Предпринимательская деятельность. М., 2003. 303 с.
8. Самарская область: от индустриальной к постиндустриальной экономике / К. А. Титов [и др.]. М., 2006. 464 с.
9. Пирогов К. М., Темнова Н. К., Гуськова И. В. Основы организации бизнеса. М, 2007. 556 с.
10. Меньшиков С. М. Анатомия российского капитализма. М., 2004. 428 с.
11. Грибов В. Д. Менеджмент в малом бизнесе. М., 2000. 128 с.
12. Микроэкономика : теория и российская практика / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. М., 2008. 619 с.
13. Предпринимательство / В. Горфинкель [и др.]. М., 2009. 687 с.
14. Рынок финансовых ресурсов малых организаций России / В. Н. Чапек [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 221 с.
15. Предпринимательство / М. Г. Лапуста [и др.]. М., 2003. 533 с.
16. Экономика предпринимательства / Ю. Ф. Симионов [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 315 с.
17. Коммерческое (предпринимательское) право / А. Ю. Бушев [и др.]. М., 2009. 592 с.

# Виды библиографических ссылок.

## Затекстовая библиографическая ссылка

Если затекстовая библиографическая ссылка **дается на весь документ**, то в отсылке указывается только **порядковый номер библиографической записи**.

Если затекстовая ссылка приводится **на конкретный фрагмент текста документа**, в отсылке указывается **порядковый номер и страницы**, на которых помещен объект ссылки. Сведения разделяют запятой.

### 1 Общие принципы функционирования бизнес-инкубаторов

#### 1.1 Сущность бизнес-инкубаторов

Бизнес-инкубатор (иногда называют «технопарк» или «бизнес-парк») – идеальная структура для выращивания «малых форм». Это организация, целью которой является поддержка и развитие малых предприятий на самой начальной стадии развития – с помощью формирования благоприятных условий для их быстрого создания, становления и успешного развития. Общее представление о бизнес-инкубаторе дает работа И. А. Родионовой [1].

Бизнес-инкубаторы обеспечивают всестороннюю правовую (документацию, налоги) и организационную (офис, отношения с властями, «крыша») поддержку начинающему предпринимателю. Инкубаторы предоставляют комплекс услуг и ресурсов; обеспечение предприятий физическим пространством (площадями) на льготных условиях, обучение персонала, консалтинг, доступ к информационной базе, хорошо подобранный пакет программ деловой поддержки, включая постоянную помощь в управлении предприятием и специализированные программы обучения, а также доступ к финансированию и предоставление существенных ценовых льгот. Это значительно увеличивает шансы на выживание предприятия и уменьшает затраты, на его создание и налаживание деятельности.

Таким образом, бизнес-инкубаторы являются инструментом регионального содействия развитию экономики, направленным на эффективную поддержку только что созданных или молодых предприятий на начальной стадии. В центре внимания находится сдача предпринимателям внаем офисных и производственных помещений, а частично и технического оборудования на выгодных условиях, а также предоставление соответствующих сервисных услуг (консультаций, сопровождение и инфраструктура).

#### 1.3 Предложение производственных площадей и аренда

Бизнес-инкубаторы предлагают помещения, которые включают в себя производственные площади и офисы в пригодном для использования состоянии и различного размера, предусмотренные для предприятий как производящих продукцию, так и предоставляющих услуги. При определенных обстоятельствах наряду с помещениями в аренду могут быть предложены также оборудование и техническое оснащение.

Количество площади должно быть достаточно для того, чтобы в центре могли разместиться не менее 5 и до 10 предпринимателей. Производственные помещения должны быть не менее 100 квадратных метров, офисы – по меньшей мере, 15 квадратных метров. Бизнес-инкубатор в целом может занимать площадь от 300 до 3000 кв. м., здесь нет общего для всех правила. Однако опыт, накопленный в Германии и других западных странах, показывает, что «оптимальный размер площадей с точки зрения благоприятной структуры затрат находится в промежутке от 1000 до 1500 м<sup>2</sup>» [6, с. 33].

Помещение для переговоров, раздевалки, санитарные узлы, а также кухня и комната отдыха могут быть общими для всех предпринимателей данного бизнес-инкубатора.

Договор об аренде можно заключать сначала на 3 года с возможностью продления еще на 2 года. При достаточном количестве площади можно предусматривать и более длительные договоры об аренде. Однако в любом случае следует оговорить возможность расторжения договора, если арендатор без согласования использует помещения в иных целях, чем было оговорено в договоре.

# Виды библиографических ссылок.

## Затекстовая библиографическая ссылка

При отсутствии нумерации записей в затекстовой ссылке, в отсылке указывают сведения, позволяющие идентифицировать объект ссылки. Сведения в отсылке разделяют запятой. Если ссылку приводят на документ, созданный одним, **двумя или тремя авторами**, в отсылке **указывают фамилии авторов**.

создают хорошие исходные предпосылки для молодых предпринимателей во время трудных первых лет работы.

При этом по своему профилю бизнес-инкубаторы могут существенно различаться. В зависимости от местных условий и постановки цели акцент может быть сделан в большей степени на производстве товаров или на оказании услуг (или на том и другом одновременно). В наукоградах, например, бизнес-инкубаторы могут носить скорее характер технопарка или инновационного центра, в то время как в других городах в качестве участников могут приглашаться либо исключительно лица, основывающие собственное дело, либо частично и уже созданные предприятия. Несмотря на эти различия в деталях, общий принцип функционирования, тем не менее, единый и широко применимый. Во всем мире в основу деятельности всех бизнес-инкубаторов заложен этот принцип. Однако ориентированность на местные условия приводит к возникновению самых различных вариантов.

Существует несколько концепций функционирования бизнес-инкубаторов [Валигурский, Соловьев, с. 105]:

**Концепция использования здания и помещений.** Здание должно находиться в собственности муниципалитета и требовать лишь незначительного ремонта. Концепция должна предусматривать наличие зон для коммуникации (общения), таких как: единая приемная, совместные комнаты для переговоров и помещение, где располагается техника, общая кухня и т. д.

**Правовая концепция.** В принципе здесь возможны различные варианты организационно-правового оформления функционирования бизнес-инкубатора. В то же время следует обратить внимание на два важных обстоятельства:

1. бизнес-инкубатор не преследует цели извлечения прибыли, т.е. не является коммерческим предприятием, и с этой точки зрения должна избираться одна из организационно-правовых форм некоммерческих организаций (фонд, некоммерческое партнерство и др.);

Затекстовая  
ссылка

Цитата

### Ссылки:

- Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX в. М., 2002. 368 с.
- Буянов В. П. Управление рисками (рискология). М., 2002. 384 с.
- Положительный опыт малого предпринимательства в России / И. М. Котов [и др.]. М., 2005. 301 с.
- Широков Б. М. Введение в оптимальный бизнес. М., 2002. 623 с.
- Валигурский Д. И., Соловьев А. А. Организация предпринимательской деятельности. М., 2005. 737 с.
- Тэпман Л. Н. Предпринимательское управление : зарубежный опыт. М., 2004. 220 с.
- Алейников А. Н. Предпринимательская деятельность. М., 2003. 303 с.
- Самарская область: от индустриальной к постиндустриальной экономике / К. А. Титов [и др.]. М., 2006. 464 с.
- Пирогов К. М., Темнова Н. К., Гуськова И. В. Основы организаций бизнеса. М., 2007. 556 с.
- Меньшиков С. М. Анатомия российского капитализма. М., 2004. 428 с.
- Грибов В. Д. Менеджмент в малом бизнесе. М., 2000. 128 с.
- Микроэкономика : теория и российская практика / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. М., 2008. 619 с.
- Предпринимательство / В. Я. Горфинкель [и др.]. М., 2009. 687 с.
- Рынок финансовых ресурсов малых организаций России / В. Н. Чапек [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 221 с.
- Предпринимательство / М. Г. Лапуста [и др.]. М., 2003. 533 с.
- Экономика предпринимательства / Ю. Ф. Симионов [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 315 с.
- Коммерческое (предпринимательское) право / А. Ю. Бушев [и др.]. М., 2009. 592 с.

# Виды библиографических ссылок.

## Затекстовая библиографическая ссылка

Если ссылку приводят на документ, созданный **четырьмя и более авторами**, а также, если авторы не указаны, – в отсылке **указывают основное заглавие документа**.

### Глава 2 Бизнес-инкубаторы: российская практика

В настоящее время в России функционирует около 80 бизнес-инкубаторов, но, надо признать, что большинство из них пока не в полной мере использует возможности бизнес-инкубирования [Положительный опыт малого предпринимательства в России, с. 74].

На уровне местного самоуправления проявляется: сейчас значительный интерес к этой форме поддержки предпринимательства. Так, благодаря содействию городских администраций были созданы бизнес-инкубаторы в Твери, Калужском, Нижнем Новгороде, ведется работа в Ханты-Мансийске, Калуге, Сыктывкаре и других городах России, но ситуация далека от идеальной. К примеру, в Красноярске было принято постановление Правительства Красноярского края по созданию бизнес-инкубатора, но и оно не сдвинуло с места работу в Красноярске.

Зрелость системы бизнес-инкубирования в России подтверждается активной работой Национального содружества бизнес-инкубаторов, которое за счет внутренних ресурсов сумело организовать решение наиболее насущных задач — таких, как организация информационного обмена между регионами, консультационная работа, международное сотрудничество, научно-методическое обеспечение и подготовка кадров для бизнес-инкубаторов.

Удачным оказался проект по подготовке региональных групп консультантов, осуществленный в прошедшем году совместно с Фондом Евразия. В нем участвовали специалисты бизнес-инкубаторов из Калининграда, Нижнего Новгорода, Смоленска, Тамбова и других городов.

Соглашение между МАП России и Национальным содружеством бизнес-инкубаторов, подписанное в 2000 г., определяет стратегию развития бизнес-инкубирования в регионах и направлено на координацию усилий в области поддержки предпринимательства.

Цитата

Затекстовая  
ссылка

### Ссылки:

- Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX в. М., 2002. 368 с.
- Буянов В. П. Управление рисками (рискология). М., 2002. 384 с.
- Положительный опыт малого предпринимательства в России / И. М. Котов [и др.]. М., 2005. 301 с.
- Широков Б. М. Введение в оптимальный бизнес. М., 2002. 623 с.
- Валигурский Д. И., Соловьев А. А. Организация предпринимательской деятельности. М., 2005. 737 с.
- Тэпман Л. Н. Предпринимательское управление : зарубежный опыт. М., 2004. 220 с.
- Алейников А. Н. Предпринимательская деятельность. М., 2003. 303 с.
- Самарская область: от индустриальной к постиндустриальной экономике / К. А. Титов [и др.]. М., 2006. 464 с.
- Пирогов К. М., Темнова Н. К., Гуськова И. В. Основы организаций бизнеса. М., 2007. 556 с.
- Меньшиков С. М. Анатомия российского капитализма. М., 2004. 428 с.
- Грибов В. Д. Менеджмент в малом бизнесе. М., 2000. 128 с.
- Микроэкономика : теория и российская практика / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. М., 2008. 619 с.
- Предпринимательство / В. Я. Горфинкель [и др.]. М., 2009. 687 с.
- Рынок финансовых ресурсов малых организаций России / В. Н. Чапек [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 221 с.
- Предпринимательство / М. Г. Лапуста [и др.]. М., 2003. 533 с.
- Экономика предпринимательства / Ю. Ф. Симионов [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 315 с.
- Коммерческое (предпринимательское) право / А. Ю. Бушев [и др.]. М., 2009. 592 с.

# Виды библиографических ссылок.

## Затекстовая библиографическая ссылка

В отсылке допускается сокращать длинные заглавия, обозначая опускаемые слова многоточием с пробелом до и после этого предписанного знака.

### Глава 2 Бизнес-инкубаторы: российская практика

В настоящее время в России функционирует около 80 бизнес-инкубаторов, но, надо признать, что большинство из них пока не в полной мере использует возможности бизнес-инкубирования [Положительный опыт ... , с. 74].

На уровне местного самоуправления проявляется: сейчас значительный интерес к этой форме поддержки предпринимательства. Так, благодаря содействию городских администраций были созданы бизнес-инкубаторы в Твери, Калужинграде, Нижнем Новгороде, ведется работа в Ханты-Мансийске, Калуге, Сыктывкаре и других городах России, но ситуация далека от идеальной. К примеру, в Красноярске было принято постановление Правительства Красноярского края по созданию бизнес-инкубатора, но и оно не сдвинуло с места работу в Красноярске.

Зрелость системы бизнес-инкубирования в России подтверждается активной работой Национального содружества бизнес-инкубаторов, которое за счет внутренних ресурсов сумело организовать решение наиболее насущных задач — таких, как организация информационного обмена между регионами, консультационная работа, международное; сотрудничество, научно-методическое обеспечение и подготовка кадров для бизнес-инкубаторов.

Удачным оказался проект по подготовке региональных групп консультантов, осуществленный в прошедшем году совместно с Фондом Евразия. В нем участвовали специалисты бизнес-инкубаторов из Калининграда, Нижнего Новгорода, Смоленска, Тамбова и Других городов.

Соглашение между МАП России и Национальным содружеством бизнес-инкубаторов, подписанное в 2000 г., определяет стратегию развития бизнес-инкубирования в регионах и направлено на координацию усилий в области поддержки предпринимательства.

Цитата

Затекстовая  
ссылка

### Ссылки:

- Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX в. М., 2002. 368 с.
- Буянов В. П. Управление рисками (рискология). М., 2002. 384 с.
- Положительный опыт малого предпринимательства в России / И. М. Котов [и др.]. М., 2005. 301 с.
- Широков Б. М. Введение в оптимальный бизнес. М., 2002. 623 с.
- Валигурский Д. И., Соловьев А. А. Организация предпринимательской деятельности. М., 2005. 737 с.
- Тэпман Л. Н. Предпринимательское управление : зарубежный опыт. М., 2004. 220 с.
- Алейников А. Н. Предпринимательская деятельность. М., 2003. 303 с.
- Самарская область: от индустриальной к постиндустриальной экономике / К. А. Титов [и др.]. М., 2006. 464 с.
- Пирогов К. М., Темнова Н. К., Гуськова И. В. Основы организаций бизнеса. М., 2007. 556 с.
- Меньшиков С. М. Анатомия российского капитализма. М., 2004. 428 с.
- Грибов В. Д. Менеджмент в малом бизнесе. М., 2000. 128 с.
- Микроэкономика : теория и российская практика / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. М., 2008. 619 с.
- Предпринимательство / В. Я. Горфинкель [и др.]. М., 2009. 687 с.
- Рынок финансовых ресурсов малых организаций России / В. Н. Чапек [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 221 с.
- Предпринимательство / М. Г. Лапуста [и др.]. М., 2003. 533 с.
- Экономика предпринимательства / Ю. Ф. Симионов [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 315 с.
- Коммерческое (предпринимательское) право / А. Ю. Бушев [и др.]. М., 2009. 592 с.

# Виды библиографических ссылок.

## Затекстовая библиографическая ссылка

Если ссылка приводится на многотомный документ, в отсылке указывают также обозначение и номер тома, выпуска, части.

Князь был крупнейшим землевладельцем государства, а потому львиная доля доходов поступала от эксплуатации его личных земель. Вполне естественно, что накопление земли становилось не только навязчивой идеей власти, но и практической необходимостью. Князь покупал землю, брал в приданое, захватывал силой. Вместе с приобретенными новыми владениями росла известность и авторитет того или иного «стола».

Территория Владимиро-Суздальской земли была хорошо защищена от внешних вторжений естественными преградами – лесами, реками. Ее называли Залесским краем. Кроме того, на пути кочевников к Владимиро-Суздальской Руси лежали земли других южнорусских княжеств, принимавших на себя первый удар. Экономическому подъему северо-востока Руси способствовал постоянный приток населения. В поисках защиты от нападения врагов и нормальных условий для ведения хозяйства население земель, подвергавшихся набегам кочевников, устремлялось во Владимиро-Суздальские ополья. Сюда шел колонизационный поток и с северо-запада в поисках новых промысловых земель.

Расцвет Северо-Восточной Руси связывают с деятельностью Андрея Боголюбского (1157–1174 гг.) и Всеволода Юрьевича (1176–1212 гг.). Боголюбский еще в юности, нарушив волю отца, сбежал из Киевской Руси в недавно основанный Владимир-на-Клязьме. Он был удачливым и храбрым полководцем, целеустремленным и жестоким государственным деятелем, заносчивым и властолюбивым человеком. Боголюбский являл собой ярко выраженный тип динамичного феодального правителя [Горинов, ч. 1, с. 27]. Он вел успешные войны с Волжской Болгарией, в 1169 г. его войска взяли и разграбили Киев. Но получив титул великого князя, Андрей Юрьевич не переехал в Киев, а попытался возвысить любимое Владимирское княжество. Для этого он старался подчинить Владимиру Новгород. В военных походах против вольного города князь не преуспел, зато, установив хлебную блокаду, усилил свое влияние в новгородских землях. Постоянно заботясь о повышении авторитета своего княжества, Боголюбский насаждал в нем культ Богородицы (ее чудотворная икона находилась во Владимире) в противовес культуре Софии,

Затекстовая  
ссылка

Цитата

### Ссылки:

- Данилевский И. Н. Древняя Русь глазами современников и потомков : (IX–XII вв.). 2-е изд., перераб. и доп. М., 2001. 399 с.
- Хрестоматия по истории России / А. С. Орлов [и др.]. М., 2007. 589 с.
- История России / под ред. Б. Н. Личмана. 2-е изд. Ростов н/Д., 2005. 571 с.
- Ключевский В. О. Сочинения. В 9 т. Т. 1. Курс русской истории. Ч. 1. М., 1987. 431 с.
- История России : (Россия в мировой цивилизации) / под ред. А. А. Радугина. М., 2001. 350 с.
- Горинов М. М. История России. Ч. 1. От древней Руси к императорской России (IX – XVIII вв.). М., 2004. 392 с.
- Древняя Русь в свете зарубежных источников / М. В. Бабилов [и др.] ; под ред. Е. А. Мельниковой. М., 2003. 606 с.
- Рыбаков Б. А. Рождение Руси. М., 2004. 447 с.
- Гумилев Л. Н. Древняя Русь и Великая степь. М., 2004. 764 с.
- Горинов М. М. История России. Ч. 2. От древней Руси к императорской России (IX – XVIII вв.). М., 2004. 296 с.
- Ключевский В. О. О государственности в России. М., 2003. 606 с.
- Пушкарев С. Г. Обзор русской истории. Изд. 4-е, стер. СПб., 2002. 431 с.
- Федоров В. А., Моряков В. И., Щетинов Ю. А. История России с древнейших времен до наших дней. М., 2006. 536 с.
- Павленко Н. И., Андреев И. Л., Федоров В. А. История России с древнейших времен до 1861 года. Изд. 3-е, перераб. М., 2004. 559 с.
- Всемирная история = World History / Г. Б. Поляк [и др.]. 3-е изд., перераб. и доп. М., 2009. 866 с.
- Анисимов Е. В. История России от Рюрика до Путина : Люди. События. Даты. 2-е изд., доп. СПб., 2009. 591 с.
- История России с древнейших времен до наших дней / под ред. А. Н. Сахарова. М., 2011. 766 с.

# Виды библиографических ссылок. Затекстовая библиографическая ссылка

Совокупность затекстовых библиографических ссылок не является библиографическим списком, который также помещается после текста документа и имеет самостоятельное значение.

## Ссылки:

1. Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX в. М., 2002. 368 с.
2. Буянов В. П. Управление рисками (рискология). М., 2002. 384 с.
3. Положительный опыт малого предпринимательства в России / И. М. Котов [и др.]. М., 2005. 301 с.
4. Широков Б. М. Введение в оптимальный бизнес. М., 2002. 623 с.
5. Валигурский Д. И., Соловьев А. А. Организация предпринимательской деятельности. М., 2005. 737 с.
6. Тэпман Л. Н. Предпринимательское управление : зарубежный опыт. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 220 с.
7. Алейников А. Н. Предпринимательская деятельность. М., 2003. 303 с.
8. Самарская область: от индустриальной к постиндустриальной экономике / К. А. Титов [и др.]. М., 2006. 464 с.
9. Пирогов К. М., Темнова Н. К., Гуськова И. В. Основы организации бизнеса. М., 2007. 556 с.
10. Меньшиков С. М. Анатомия российского капитализма. М., 2004. 428 с.
11. Грибов В. Д. Менеджмент в малом бизнесе. М., 2000. 128 с.
12. Микроэкономика : теория и российская практика / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. М., 2008. 619 с.
13. Предпринимательство / В. Горфинкель [и др.]. М., 2009. 687 с.
14. Рынок финансовых ресурсов малых организаций России / В. Н. Чапек [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 221 с.
15. Предпринимательство / М. Г. Лапуста [и др.]. М., 2003. 533 с.
16. Экономика предпринимательства / Ю. Ф. Симионов [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 315 с.
17. Коммерческое (предпринимательское) право / А. Ю. Бушев [и др.]. М., 2009. 592 с.

35

## Список использованной литературы

1. Алейников А. Н. Предпринимательская деятельность : учеб.-практ. пособие / А. Н. Алейников. – М. : Новое знание, 2003. – 303 с. – ISBN 5-94735-013-0.
2. Буянов В. П. Управление рисками (рискология) / В. П. Буянов. – М. : Экзамен, 2002. – 384 с.
3. Валигурский Д. И. Организация предпринимательской деятельности : учебник / Д. И. Валигурский, А. А. Соловьев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2005. – 737 с.
4. Грибов В. Д. Менеджмент в малом бизнесе : учебник / В. Д. Грибов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 128 с.
5. Коммерческое (предпринимательское) право : учебник / А. Ю. Бушев [и др.]; под ред. В. Ф. Попондопуло. – Изд. 4-е, перераб. и доп. – М. : Проспект, 2009. – 592 с.
6. Крутик А. Б. Теория и методика обучения предпринимательству : учеб. пособие / А. Б. Крутик, М. В. Решетова. – М. : Академия, 2010. – 332 с. – ISBN 978-5-7695-5915-0.
7. Малое предпринимательство России : организация, экономика, управление : учеб. пособие / В. Н. Чапек [и др.]. – Ростов н/Д. : Феникс, 2010. – 380 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-222-17716-7.
8. Малый бизнес : учеб. пособие / под ред. В. Я. Горфинкеля. – 2-е изд., стер. – М. : Кнорус, 2011. – 336 с. – ISBN 978-5406-01326-7.
9. Меньшиков С. М. Анатомия российского капитализма / С. М. Меньшиков. – М. : Междунар. отношения, 2004. – 428 с. – ISBN 5-7133-1194-5.
10. Микроэкономика : теория и российская практика: учебник / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. – 8-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2008. – 619 с. – ISBN 978-5-85971-999-0.

36

11. Пирогов К. М. Основы организации бизнеса : учеб. для вузов / К. М. Пирогов, Н. К. Темнова, И. В. Гуськова. – Изд. 2-е, стер. – М. : Кнорус, 2007. – 556 с. – ISBN 5-85971-553-6.
12. Положительный опыт малого предпринимательства в России / И. М. Котов [и др.]. – М. : Экономика, 2005. – 301 с.
13. Предпринимательство : учеб. для экон. спец. вузов / В. Я. Горфинкель [и др.]; под ред. В. Я. Горфинкеля [и др.]. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 687 с. – ISBN 978-5-238-01545-3.
14. Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX в. / И. А. Родионова. – М. : Моск. Лицей, 2002. – 368 с. – ISBN 5-7611-0284-6.
15. Рынок финансовых ресурсов малых организаций России / В. Н. Чапек [и др.]. – Ростов н/Д. : Феникс, 2008. – 221 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-222-14478-7.
16. Савкина Р. В. Организация предпринимательской деятельности : учеб. пособие / Р. В. Савкина, Е. Г. Малышева. – М. : Кнорус, 2011. – 211 с. – ISBN 978-5-406-00751-8.
17. Самарская область: от индустриальной к постиндустриальной экономике / К. А. Титов [и др.]. – М. : ТЕИС, 2006. – 464 с. – ISBN 5-7218-0852-7.
18. Тэпман Л. Н. Предпринимательское управление : зарубежный опыт / Л. Н. Тэпман. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 220 с.
19. Фирсова А. А. С чего начать свое дело : практ. пособие / А. А. Фирсова. – М. : Дашков и К°, 2011. – 213 с. – ISBN 978-5-394-01077-4.
20. Широков Б. М. Введение в оптимальный бизнес = Introduction to optimal business : учеб. пособие для вузов / Б. М. Широков. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 623 с. – ISBN 5-238-00374-9.
21. Экономика предпринимательства : учеб. пособие для вузов / Ю. Ф. Симионов [и др.]; под ред. Ю. Ф. Симионова. – Ростов н/Д. : Феникс, 2008. – 315 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-222-13553-2.

37



# Виды библиографических ссылок. Первичные и повторные ссылки

При повторе ссылок на один и тот же объект различают библиографические ссылки:

- ❖ **первичные**, в которых библиографические сведения приводятся впервые в данном документе;
- ❖ **повторные**, в которых ранее указанные библиографические сведения повторяют в сокращенной форме.

Повторную ссылку на один и тот же документ приводят в сокращенной форме при условии, что все необходимые для идентификации и поиска этого документа библиографические сведения указаны в первичной ссылке на него.

В повторной ссылке указываются элементы, позволяющие идентифицировать документ, а также элементы, отличающиеся от сведений в первичной ссылке.

**Выбранный прием сокращения библиографических сведений используется единообразно для всего данного документа.**

# Виды библиографических ссылок.

## Первичные и повторные ссылки

В повторной ссылке, содержащей запись на документ, созданный одним, двумя или тремя авторами, приводят заголовок, основное заглавие и соответствующие страницы.

Допускается сокращать в повторной ссылке длинные заглавия, обозначая опускаемые слова многоточием с пробелом до и после этого предписанного знака.

Решающим является вопрос о величине арендной платы. Она должна быть особенно благоприятной для предпринимателя в первый год аренды и, постепенно увеличиваясь, достигнуть к пятому году нормальной рыночной цены. Для предприятий сферы обслуживания арендная плата может быть несколько выше, чем для производящих предприятий.

Администрация на основании анализа актуальных арендных отношений может придерживаться следующих твердых правил – размер аренды должен составлять (Герасимов Б. Н., Морозов В. В., Яковлева Н. Г. Система управления малым предприятием: понятия, структура, исследование. Самара, 2002. С. 52):

- 1 и 2 годы аренды 50% рыночной цены;
- 3 год аренды 70% рыночной цены;
- 4 год аренды 80% рыночной цены;
- 5 год аренды 90% рыночной цены;
- начиная с 6 года рыночная цена.

Установление такой величины арендной платы ведет к снижению финансовой нагрузки, а тем самым к косвенной поддержке предприятий именно в тяжелые первые годы их существования. Однако следует также иметь в виду, что арендная плата может быть еще больше снижена для начинающих предпринимателей в инновационных отраслях, в то время как уже ставшие на ноги малые и средние предприятия уже в первый год их нахождения в центре должны вносить значительно более высокую арендную плату. Аналогичным образом производящие предприятия могут иметь более благоприятные арендные условия, чем предприятия сферы услуг.

При этом арендная плата включает:

- предоставление всех коммуникаций (проводка водо-, газо-, тепло- и энергоснабжения (но не потребление соответствующих коммунальных услуг, что оплачивается отдельно);
- подключение телефона (но плата за телефонные переговоры взимается отдельно);
- использование совместных помещений (кухня, комната для переговоров и т.д.);

Первичная  
ссылка

Повторная  
ссылка

- предоставление копировальной техники;
- использование секретариата, включая работу общего секретаря (ежедневное почтовое обслуживание) и, прежде всего, консультации, опосредование контактов и прочие сервисные услуги со стороны руководства бизнес-инкубатора.

Аренда оборудования и технических установок оплачивается дополнительно по аналогично дифференцированным ставкам. Использование электроэнергии, воды и отопления должно оплачиваться дополнительно и, если это возможно, в соответствии с индивидуальными расходами, в противном случае с учетом занимаемой площади и индивидуальных особенностей.

Разумеется, сосуществование отдельных предпринимателей в бизнес-инкубаторе в деталях урегулировано в Правилах внутреннего распорядка.

Таким образом, бизнес-инкубатор не ставит на передний план лишь задачу предоставления производственных площадей в течение длительного времени на льготных условиях. Он в первую очередь пытается создать благоприятное окружение для предпринимателей, которые именно во время сложной начальной фазы должны получить снижение финансовой нагрузки благодаря выгодной аренде, однако особую пользу извлекают за счет предоставления им дополнительных сервисных услуг и консультирования.

#### 1.4 Привлекательная инфраструктура

В бизнес-инкубаторе в распоряжение предпринимателей предоставляется следующая инфраструктура (Герасимов Б. Н., Морозов В. В., Яковлева Н. Г. Система управления ... С. 53-54):

- гибкое, индивидуально сориентированное предложение площадей для размещения производства и оказания услуг;
- современная инфраструктура с централизованным секретариатом, где имеются служба приема гостей, машинописная служба, телефон и почта;
- современная коммуникационная техника, общее подключение к Интернету;

# Виды библиографических ссылок.

## Первичные и повторные ссылки

В повторной ссылке, содержащей запись на документ, созданный четырьмя и более авторами, или на документ, в котором авторы не указаны, приводят основное заглавие и страницы.

В ближайшие три года для развития малого бизнеса в России будет создано как минимум 100 бизнес-инкубаторов (Рынок финансовых ресурсов малых организаций России / В. Н. Чапек [и др.]. Ростов н/Д., 2008. С. 121).

Идея создания бизнес-инкубаторов не нова, чиновники МЭРТ озвучивают ее в последнее время с завидной регулярностью. Однако до сих пор не ясны были масштабы этого начинания.

Рассчитанная до 2007 года программа поддержки малого предпринимательства предусматривает создание в российских регионах бизнес-инкубаторов.

В 2005 году МЭРТ были запущены лишь пилотные инкубаторы, однако уже в 2006 году их количество существенно возросло и стало не менее 100.

Именно в России применение такого инструмента, как создание бизнес-инкубаторов, обещает успех. Во многих городах и районах имеются пустые, неиспользуемые производственные помещения, частично технически оснащенные. Вместо того, чтобы осваивать новые промышленные зоны, требующие значительных инвестиционных затрат, представляется возможность загрузить прежде всего имеющиеся и пока вполне подходящие для этих целей производственные мощности.

Проблемы заключаются, прежде всего, в вопросах собственности. Во многих случаях сегодня, как и ранее, государственные предприятия являются собственниками своей недвижимости, и муниципалитеты не могут использовать пригодные для соответствующих целей и простаивающие здания.

В рамках реализации проектов по линии программы немецкой технической помощи TRANSFORM в Ленинградской и Московской областях были созданы конкретные пилотные бизнес-инкубаторы. Они на деле продемонстрировали, каким образом путем передачи неиспользуемого потенциала муниципалитетам и последующего создания бизнес-инкубаторов могут быть даны мощные импульсы экономическому развитию и, прежде всего, развитию малого и среднего бизнеса. Эти успешно реализованные пилотные проекты должны быть стимулом для подражания и оказывать широкое воздействие за пределами названных областей.

23

Первичная  
ссылка

Повторная  
ссылка

Примеры создания бизнес-инкубаторов в Московской и Ленинградской областях в принципе подтверждают опыт, накопленный и в западных странах. Решающим фактором для успеха, прежде всего, является адаптация к местным условиям, в первую очередь к: возможностям имеющегося здания; структуре экономики и особенному потенциалу конкретного муниципалитета; спросу со стороны предпринимателей; уже имеющейся инфраструктуре для предпринимателей.

Однако, помимо этого, есть некоторые особые моменты, которые являются решающими для успеха в специфических российских отношениях. При этом создание муниципальных бизнес-инкубаторов в России может, в принципе, рассматриваться в качестве относительно несложной задачи, если налицо три существенных предпосылки (Рынок финансовых ресурсов малых организаций России. С. 122):

- имеется здание, находящееся в распоряжении муниципалитета, которое, помимо прочего, не требует особенно значительных затрат на ремонт: если такой недвижимости нет, либо если она продается или сдается по дорогой цене, реализация проекта вряд ли реалистична по финансовым причинам;
- имеется кандидатура прогрессивного и квалифицированного человека на должность директора, который одновременно должен уметь удовлетворить разнообразные запросы предпринимателей; этот человек либо уже однозначно определен и берет на себя, помимо прочего, и подготовительные мероприятия, либо такая кандидатура может быть найдена путем проведения конкурса;
- имеется спрос со стороны начинающих предпринимателей, которые должны быть своевременно проинформированы и включены в процесс.

При наличии этих предпосылок реализация проекта по созданию бизнес-инкубатора и в России может быть возможна без больших проблем.

Опыт показывает, что очень во многих российских муниципалитетах имеются здания, в общем и целом хорошо подходящие для размещения на их базе бизнес-инкубаторов. Таковой можно считать недвижимость, находящуюся

24

# Виды библиографических ссылок. Первичные и повторные ссылки

При последовательном расположении первичной и повторной ссылок текст повторной ссылки заменяют словами «Там же».

промышленных и других неторговых фирм. Например, в США насчитывается 3,5 млн таких фирм, в Японии — 3 млн, в ФРГ — 550 тыс. (Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX. М., 2002. С. 210).

Специализированные экспортные, импортные и экспортно-импортные фирмы производят операции по экспорту и (или) импорту товаров как за свой счет путем их купли или перепродажи (дилерские, дистрибьюторские, стокхолдерские фирмы), так и в порядке комиссионных и других посреднических поручений на сделки. В последнем случае фирмы осуществляют сделки от своего имени, но за счет комитентов или консигнантов (комиссионные и консигнационные фирмы).

Большую роль на рынках капиталистических стран играют посредники, которые действуют от имени и за счет принципалов (агентских фирм), и брокерские (или маклерские) фирмы, которые по поручению продавцов и покупателей сводят их друг с другом и способствуют заключению между ними сделок, хотя сами в этих сделках не участвуют. Так, в ФРГ свыше 60 тыс. посреднических фирм (Там же. С. 212).

Объединенные торговые и внешнеторговые компании осуществляют все виды торговых операций на внутреннем и внешнем рынках, выполняя вспомогательные и смежные с торговлей функции (транспортно-складские, транспортно-экспедиторские, кредитные, расфасовочные, упаковочные и т.д.).

К торговым компаниям можно отнести и торгово-посылочные, специализирующиеся на посылочных операциях. Аналогичные (уже дочерние) компании создают промышленные и банковские фирмы.

Большую группу фирм как в развитых капиталистических, так и в развивающихся странах составляют строительные, инженерно-строительные и инженерно-консультационные фирмы и компании. Они выступают в качестве подрядных фирм по проектированию и сооружению жилых административных зданий, промышленных предприятий, железных и

Первичная  
ссылка

Повторная  
ссылка

промышленных и других неторговых фирм. Например, в США насчитывается 3,5 млн таких фирм, в Японии — 3 млн, в ФРГ — 550 тысяч.<sup>1</sup>

Специализированные экспортные, импортные и экспортно-импортные фирмы производят операции по экспорту и (или) импорту товаров как за свой счет путем их купли или перепродажи (дилерские, дистрибьюторские, стокхолдерские фирмы), так и в порядке комиссионных и других посреднических поручений на сделки. В последнем случае фирмы осуществляют сделки от своего имени, но за счет комитентов или консигнантов (комиссионные и консигнационные фирмы).

Большую роль на рынках капиталистических стран играют посредники, которые действуют от имени и за счет принципалов (агентских фирм), и брокерские (или маклерские) фирмы, которые по поручению продавцов и покупателей сводят их друг с другом и способствуют заключению между ними сделок, хотя сами в этих сделках не участвуют. Так, в ФРГ свыше 60 тыс. посреднических фирм.<sup>2</sup>

Объединенные торговые и внешнеторговые компании осуществляют все виды торговых операций на внутреннем и внешнем рынках, выполняя вспомогательные и смежные с торговлей функции (транспортно-складские, транспортно-экспедиторские, кредитные, расфасовочные, упаковочные и т.д.).

К торговым компаниям можно отнести и торгово-посылочные, специализирующиеся на посылочных операциях. Аналогичные (уже дочерние) компании создают промышленные и банковские фирмы.

Большую группу фирм как в развитых капиталистических, так и в развивающихся странах составляют строительные, инженерно-строительные и инженерно-консультационные фирмы и компании. Они выступают в качестве подрядных фирм по проектированию и сооружению жилых административных зданий, промышленных предприятий, железных и

<sup>1</sup> Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX. М., 2002. С. 210.

<sup>2</sup> Там же. С. 122.

# Виды библиографических ссылок. Первичные и повторные ссылки

В повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т. п.) документа к словам «Там же» добавляют номер тома.

Первичная  
ссылка

Повторная  
ссылка

Общая характеристика методов анализа документов представлена в таблице 2.1<sup>8</sup>.

Таблица 2.1 – Методы работы с документами

Метод	Характеристика	Достоинства	Недостатки
Традиционный (классический) анализ документов	Метод анализа сути материала с конкретной точки зрения	Выделяет основные мысли и идеи, прослеживает логику связей, противоречия. Анализирует зависимость контекста материала и обстоятельств его появления	Субъективность, трудоемкость
Информативно-целевой анализ	Метод анализа информативности материалов	Оценивает способность автора реализовать коммуникативные намерения	Анализу могут быть подвержены только тестовые материалы
Контент-анализ	Метод анализа определенных смысловых категорий в содержании материалов	Предоставляет возможность статистической обработки. Высокая объективность	Должно быть задано однозначное правило формализации содержания, не исчерпывающее раскрытие содержания. Использование ограничивается обязательным наличием большого массива информации

Полевые методы сбора информации работают с источниками первичной информации. Источники первичной информации — это непосредственно сам объект исследования, который создает информацию в соответствии с поставленными целями ее сбора. Источники первичной информации лишены указанных выше недостатков вторичной информации и обладают принципиальными достоинствами<sup>9</sup>:

- собираются в точном соответствии с целями исследования;
- методика сбора информации контролируется самой фирмой;

<sup>8</sup> Маслова Т. Д., Коваленко И. Н. Маркетинговые исследования. Т. 1. СПб., 2009. С. 123.  
<sup>9</sup> Там же. Т. 2. С. 24.

# Виды библиографических ссылок.

## Первичные и повторные ссылки

При применении затекстовых ссылок допускается один раз описать документ под определенным номером, затем в повторных ссылках в отсылке указывать порядковый номер документа в списке ссылок и страницы, на которых размещаются цитаты.

на удовлетворенность работников и на уровень их профессиональной мотивации.

Очень важным мотивирующим фактором выступает социально-психологическая атмосфера в компании и возможность общения с коллегами. При этом важно, чтобы отсутствовали неформальные разговоры в течение слишком большого рабочего времени. Например, считается, что для удовлетворения потребности в общении, кроме обеденного перерыва, достаточно 10-15-минутного перерыва, организованного два раза в день: до обеда и после него [1, с. 34].

Сильным мотивирующим фактором для работника выступает возможность получить и увидеть результат своего труда. И, наоборот, если в случае длительного периода интенсивной работы и усилий человек не видит результатов своего труда, он испытывает острую неудовлетворенность.

Также серьезным мотивирующим фактором практически для всех людей выступает возможность иметь уважение на работе и чувствовать себя значимым и нужным работником.

Чрезвычайно важным фактором мотивации является возможность повышать свою профессиональную квалификацию полностью за счет компании или частично. В некоторых российских компаниях, например, оплачивают до 40% стоимости обучения ведущих сотрудников [1, с. 37].

Делегирование со стороны руководителя профессиональных задач, ответственности и полномочий нередко выступает мотивирующим фактором для амбициозных работников.

Мотивировать могут также приглашения руководства на неформальные встречи, спортивные праздники, охоту или поездки, на которые приглашается узкий круг приближенных (удовлетворение потребности в причастности).

Поскольку проблема мотивации относится к разряду сложных, неоднозначных и противоречивых проблем, часто самый лучший способ построения эффективной системы мотивации персонала – это учет их профессиональных и индивидуальных особенностей.

Первичная  
ссылка

Повторная  
ссылка

### Ссылки:

1. Соломанидина Т. О., Соломанидин В. Г. Мотивация трудовой деятельности персонала. 2-е изд. М., 2009. 312 с.
2. Управление персоналом в период изменений. М., 2010. 47 с.
3. Мишурова И. В. Управление мотивацией персонала. Изд. 3-е. Ростов н/Д., 2010. 271 с.
4. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании. М., 2010. 623 с.
5. Управление персоналом / Г. И. Михайлина [и др.]. 3-е изд. М.: Дашков и К°, 2010. 279, [1] с.
6. Борисова Н. Инновационный аспект мотивационной стратегии управления персоналом // Кадровик. 2011. № 10. С. 94-102.
7. Дульзон А. А. Мотивация персонала. Томск : Чародей, 2003. 167 с.
8. Резник С. Д. Организационное поведение. 2-е изд. М., 2009. 429 с.
9. Яковлева Т. Г. Мотивация персонала. Построение эффективной системы оплаты труда. СПб., 2009. 238 с.
10. Бакирова Г. Х. Психология развития и мотивации персонала. М., 2009. 439 с.
11. Абрамова В. И. Менеджмент и маркетинг. М.: РИОР, 2006. 161 с.
12. Нематериальная мотивация персонала. М., 2008. 95 с.
13. Ефимов В. В. Средства и методы управления качеством. М., 2009. 225 с.
14. Управление персоналом / С. Самыгин [и др.]. Ростов н/Д., 2006. 380 с.
15. Никуленко Т. Г. Психология менеджмента. Ростов н/Д., 2007. 349 с.
16. Лукаш Ю. А. Мотивация и эффективное управление персоналом фирмы. М.: Финпресс, 2007. 207 с.
17. Шапиро С. А. Мотивация и стимулирование персонала. М.: ГроссМедиа, 2006. 223 с.

# Виды библиографических ссылок. Первичные и повторные ссылки

При применении затекстовых ссылок также допускается каждой цитате присваивать определенный порядковый номер. В этом случае в списке ссылок в первичной ссылке указывают все необходимые для идентификации документа сведения, в повторной ссылке сведения сокращают.

## 1.2 Мотивационный процесс

Мотивация, рассматриваемая как процесс, теоретически может быть представлена в виде шести следующих друг за другом стадий [5]:

1. Возникновение потребностей. Человек начинает ощущать, что ему чего-то не хватает и, что он в чём-то нуждается.
2. Поиск путей устранения потребностей. Человека, начинает искать возможности устранить её: удовлетворить, подавить, не замечать. Возникает необходимость что-то сделать, что-то предпринять.
3. Определение направления действия. Человек фиксирует, что и какими средствами он должен сделать для того, чтобы устранить потребность.
4. Осуществление действия. На этой стадии человек затрачивает усилия, для того, чтобы устранить потребность. Так как процесс работы оказывает обратное влияние на мотивацию, то на этой стадии может происходить корректировка целей.
5. Получение вознаграждения за осуществление действия. На данной стадии выясняется то, насколько выполнение действий дало желаемый результат. В зависимости от этого происходит либо ослабление, либо сохранение, либо усиление мотивации к действию.
6. Устранение потребности. В зависимости от степени снятия напряжения, вызываемого потребностью, а также от того, вызывает устранение потребности ослабление или усиление мотивации к деятельности, человек либо прекращает деятельность до возникновения новой потребности, либо продолжает искать возможности и осуществлять действия по устранению потребности.

В заключение данной главы хочется отметить, что мотивация здесь была представлена как базовый психологический процесс, имеющий огромное значение для понимания организационного поведения. Однако, это всего лишь предпосылки и фундамент для подходов непосредственно изучающих трудовую мотивацию.

9

Знание логики процесса мотивации не даёт существенных преимуществ в управлении этим процессом. О. С. Виханский выделяет несколько факторов усложняющих управление процессом мотивации. Это, в первую очередь, неочевидность мотивов. Можно только догадываться по поводу того, какие мотивы являются ведущими, движущими в мотивационном процессе. Следующим важным фактором является изменчивость мотивационного процесса. Даже при самом глубоком знании мотивационной структуры человека, мотивов его действия могут возникать непредвиденные изменения в поведении человека и непредвиденная реакция с его стороны на мотивирующие воздействия. Еще одним фактором является различие мотивационных структур отдельных людей, различная степень зависимости действия одних мотивов от других [8].

Во многих российских компаниях занимаются разработкой и внедрением различных систем мотивирования персонала. И, тем не менее, сложность проблемы мотивации состоит в том, что не совсем понятно, как стимулировать людей к трудовым подвигам.

Большинство российских руководителей считают, что к успешному труду людей побуждает в первую очередь заработная плата. Поэтому, если компания не может платить большие деньги, народ обычно работает «спустя рукава», и руководство с этим мирится, оправдывая такое положение дел лимитом в финансовых ресурсах. На такое отношение к проблеме мотивации персонала со стороны руководства влияет традиционное для России преувеличение значения заработной платы как основного или единственного мотивирующего фактора. Проявляется также особое, чисто российское отношение самих сотрудников к деньгам. Это отношение выражается в мнении, что деньги должны платить за факт присутствия на работе.

Известно, что в умах российских работников присутствуют две установки: «деньги платят» и «деньги зарабатывают». Наиболее распространена, конечно, первая – «деньги платят». К сожалению, такая установка проявляется не только у зрелых, но и молодых людей.

13

Первичная  
ссылка

## Ссылки:

1. Соломанидина Т. О., Соломанидин В. Г. Мотивация трудовой деятельности персонала. 2-е изд. М., 2009. 312 с.
2. Управление персоналом в период изменений. М., 2010. 47 с.
3. Мишурова И. В. Управление мотивацией персонала. Изд. 3-е. Ростов н/Д., 2010. 271 с.
4. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании. М., 2010. 623 с.
5. Виханский О. С. Менеджмент. М., 1999. С. 139-140.
6. Управление персоналом / Г. И. Михайлина [и др.]. 3-е изд. М.: Дашков и К°, 2010. 279, [1] с.
7. Борисова Н. Инновационный аспект мотивационной стратегии управления персоналом // Кадровик. 2011. № 10. С. 94-102.
8. Виханский О. С. Менеджмент. С. 151.
9. Дульзон А. А. Мотивация персонала. Томск : Чародей, 2003. 167 с.
10. Резник С. Д. Организационное поведение. 2-е изд. М., 2009. 429 с.
11. Яковлева Т. Г. Мотивация персонала. Построение эффективной системы оплаты труда. СПб., 2009. 238 с.
12. Бакирова Г. Х. Психология развития и мотивации персонала. М., 2009. 439 с.
13. Абрамова В. И. Менеджмент и маркетинг. М.: РИОР, 2006. 161 с.
14. Нематериальная мотивация персонала. М., 2008. 95 с.
15. Ефимов В. В. Средства и методы управления качеством. М., 2009. 225 с.
16. Управление персоналом / С. Самыгин [и др.]. Ростов н/Д., 2006. 380 с.
17. Никулenco Т. Г. Психология менеджмента. Ростов н/Д., 2007. 349 с.
18. Лукаш Ю. А. Мотивация и эффективное управление персоналом фирмы. М.: Финпресс, 2007. 207 с.
19. Шапиро С. А. Мотивация и стимулирование персонала. М.: ГроссМедиа, 2006. 223 с.

Повторная  
ссылка

# Виды библиографических ссылок.

## Первичные и повторные ссылки

При последовательном расположении первичной и повторной затекстовых ссылок текст повторной ссылки заменяют словами «Там же».

### 1.8 Учредители, организационно-правовая форма и органы бизнес-инкубатора

Бизнес-инкубаторы должны создаваться в форме некоммерческой организации. В качестве возможных организационно-правовых форм можно рассматривать фонд, некоммерческое партнерство, либо ассоциацию [17].

Основным учредителем должны выступать одно или несколько муниципальных образований. В то же время, следует приветствовать участие и иных учредителей. Здесь возможны различные варианты, например [18]:

- Российская Федерация и/или субъект РФ в лице уполномоченных органов государственной власти
- крупные предприятия;
- фонд занятости;
- банки, готовые содействовать развитию бизнес-инкубатора;
- торгово-промышленные палаты, союзы предпринимателей;
- фонды поддержки малого и среднего бизнеса.

Однако возможно – полностью, или как минимум на начальной стадии, отказаться от создания специального юридического лица, например, если здание уже находится в собственности муниципалитета. В этом случае, тем не менее, стоит рекомендовать договорную регламентацию, например, с торгово-промышленной палатой или фондом занятости о руководстве бизнес-инкубатором, а также о предоставлении сервисных услуг.

В иных случаях - там, где уже имеется, например, бизнес-центр или фонд содействия развитию малого и среднего предпринимательства, куда может быть интегрирован бизнес-инкубатор, - требуется внесение соответствующих изменений в уже имеющийся Устав.

Бизнес-инкубатор имеет следующие органы:

**Управляющий бизнес-инкубатором.** Ему отводится ключевая роль при определении успеха центра. Он является непосредственным партнером для предпринимателей практически во всех вопросах и одновременно доверенным лицом администрации.

### Ссылки:

1. Родионова И. А. Промышленность мира : Территориальные сдвиги во второй половине XX в. М., 2002. 368 с.
2. Буянов В. П. Управление рисками (рискология). М., 2002. 384 с.
3. Положительный опыт малого предпринимательства в России / И. М. Котов [и др.]. М., 2005. 301 с.
4. Широков Б. М. Введение в оптимальный бизнес. М., 2002. 623 с.
5. Валигурский Д. И., Соловьев А. А. Организация предпринимательской деятельности. М., 2005. 737 с.
6. Тэйман Л. Н. Предпринимательское управление : зарубежный опыт. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 220 с.
7. Алейников А. Н. Предпринимательская деятельность. М., 2003. 303 с.
8. Самарская область: от индустриальной к постиндустриальной экономике / К. А. Титов [и др.]. М., 2006. 464 с.
9. Пирогов К. М., Темнова Н. К., Гуськова И. В. Основы организации бизнеса. М, 2007. 556 с.
10. Меньшиков С. М. Анатомия российского капитализма. М., 2004. 428 с.
11. Грибов В. Д. Менеджмент в малом бизнесе. М., 2000. 128 с.
12. Микроэкономика : теория и российская практика / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. М., 2008. 619 с.
13. Предпринимательство / В. Горфинкель [и др.]. М., 2009. 687 с.
14. Рынок финансовых ресурсов малых организаций России / В. Н. Чапек [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 221 с.
15. Предпринимательство / М. Г. Лапуста [и др.]. М., 2003. 533 с.
16. Экономика предпринимательства / Ю. Ф. Симионов [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 315 с.
17. Коммерческое (предпринимательское) право / А. Ю. Бушев [и др.]. М., 2009. С. 432.
18. Там же. С. 447.

Первичная  
ссылка

Повторная  
ссылка