

МОЛОДОЙ
УЧЁНЫЙ



III Международная научная конференция

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ



Санкт-Петербург

УДК 330
ББК 65
П78

Главный редактор: *Г. Д. Ахметова*

Редакционная коллегия сборника:

М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, К. С. Лактионов, Н. М. Сараева, О. А. Авдеюк, Т. И. Алиева, В. В. Ахметова, В. С. Брезгин, О. Е. Данилов, А. В. Дёмин, К. В. Дядюн, К. В. Желнова, Т. П. Жуйкова, М. А. Игнатова, А. В. Каленский, В. В. Коварда, М. Г. Комогорцев, А. В. Котляров, В. М. Кузьмина, С. А. Кучерявенко, Е. В. Лескова, И. А. Макеева, У. А. Мусаева, М. О. Насимов, Г. Б. Прончев, А. М. Семахин, Н. С. Сенюшкин, И. Г. Ткаченко, А. С. Яхина

Ответственные редакторы:

Г. А. Кайнова, Е. И. Осянина

Международный редакционный совет:

З. Г. Айрян (Армения), П. Л. Арошидзе (Грузия), З. В. Атаев (Россия), В. В. Борисов (Украина), Г. Ц. Велковска (Болгария), Т. Гайич (Сербия), А. Данатаров (Туркменистан), А. М. Данилов (Россия), З. Р. Досманбетова (Казахстан), А. М. Ешиев (Кыргызстан), Н. С. Игисинов (Казахстан), К. Б. Кадыров (Узбекистан), И. Б. Кайгородов (Бразилия), А. В. Каленский (Россия), О. А. Козырева (Россия), Лю Цзюань (Китай), Л. В. Малес (Украина), М. А. Нагервадзе (Грузия), Н. Я. Прокопьев (Россия), М. А. Прокофьева (Казахстан), М. Б. Ребезов (Россия), Ю. Г. Сорока (Украина), Г. Н. Узаков (Узбекистан), Н. Х. Хоналиев (Таджикистан), А. Хоссейни (Иран), А. К. Шарипов (Казахстан)

Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. П78 конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.). — Спб.: Сатис, 2014. — vi, 128 с.
ISBN 978-5-8000-0017-7

В сборнике представлены материалы III Международной научной конференции «Проблемы и перспективы экономики и управления». Рассматриваются общие вопросы экономики, вопросы финансовой и денежно-кредитной системы, учета, анализа и аудита, экономики и организации предприятия и пр.

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 330
ББК 65

СОДЕРЖАНИЕ

10. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

Азиханова В.Т., Серёмина Р.Н.

Проблемы внедрения и применения международных стандартов в области аудита в России147

Ахметова Ж.И.

Определение аналитических процедур для целей аудита финансовых вложений149

Бузуртанова Л.В.

Регулирование методологических и технологических вопросов организации бухгалтерского учета ... 151

Елисеева А.А.

Применение бухгалтерского аутсорсинга в ОАО «РЖД» 154

Елисеева Е.А.

Сравнительная характеристика программ бухгалтерского учета155

Ершаева А.К.

Особенности распределения накладных расходов в Казахстане. 158

Лукошкин С.В.

Оптимизация амортизационных отчислений основных средств организации в ходе аудита 160

Маковоз И.Т.

Особенности сельского хозяйства и бухгалтерского учета деятельности сельскохозяйственных организаций163

Чернова А.Г.

Анализ издержек обращения торговых организаций с применением статистического метода структурных средних165

11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

Казакова Т.Л.

Проблема визуализации информации в структуре сайта дошкольного образовательного учреждения 168

Калмыкова Р.А., Галимов Р.Р.

Брендинг: основные проблемы развития в России 170

12. СТАНДАРТИЗАЦИЯ, МЕТРОЛОГИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ

Вайскрובה Е.С., Шапошникова Я.Ю.

Сравнительный анализ показателей безопасности мясных полуфабрикатов173

Корягина К.А.

Новая версия международного стандарта ISO 9001:2015175

13. ЭКОНОМИКА ТРУДА

Маслова С.Ю.

Д. Норт: «Теория институтов». Социально-культурные детерминанты в рамках профессиональной карьеры на современном этапе 180

Сиденко А. С., Семенова В. П.
Эволюционная теория мотивации персонала 185

Турсукова И. И.
Неустойчивые формы занятости: возможности и потенциальные риски работодателя и работника. 187

14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Васюхин О. В., Ши Цзинь
Китайско-российское экономическое сотрудничество и его большой потенциал 190

Герасимова Г. А.
Управление качеством машиностроительной продукции. 191

Кожевина А. И.
Коммерческий риск в рыночной экономике и его страхование. 194

Невядомская А. И., Федулов Д. В.
Уровень и качество жизни населения Челябинской области. 196

Пахлова И. В.
Оценка компетенций работников организации как основа формирования системы развития персонала 200

Рогозин А. Р.
Проблемы корпоративного менеджмента в России 205

Савенкова И. В., Кульш М. И.
Фирменный стиль – залог конкурентоспособности туристской организации 208

Симонов К. В.
Стратегическое управление выставочной организацией: планирование, анализ, целеполагание, контроллинг 212

Тасмуханова А. Е., Мазитова А. Р.
Формирование методологии комплексной оценки эффективности реструктуризации нефтегазовых компаний. 216

Васюхин О. В., Ши Цзинь
Анализ сельскохозяйственного экспорта Китая 222

Щёлкова В. А., Щёлкова С. Г.
Повышение эффективности работы производственного предприятия путем разработки и внедрения сбалансированной системы показателей BSC. 223

15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Васюхин О. В., Ван Кайцзюнь
О развитии малых и средних предприятий Китая 226

Васюхин О. В., Хэ Вэй
Инновации по-китайски. 228

Васюхин О. В., Хэ Вэй
Развитие экономики Китая 230

Керкина А. А., Пахомчик С. А.
К вопросу о факторах, сдерживающих развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации в Тюменской области 231

Кобзева Е. А., Черкашина Е. А.
Неналоговые источники формирования доходов бюджета Белгородской области и резервы увеличения их поступлений 233

Ларсаева Л. Д., Магомадова М. М.
Основные проблемы развития малого предпринимательства в Чеченской Республике. 236

Семилякова К. В.
Развитие малого бизнеса в Ростовской области 237

Теблоева Д. В. Состояние малого предпринимательства в Республике Северная Осетия-Алания	240
Шляпкиова Е. В. Инновационно-инвестиционный механизм развития экономики Саратовской области	243

17. ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

Баевская С. С., Сотина А. И. Импортозамещение как реальное средство для промышленного роста	246
Вериш Т. А. Проблемы взимания таможенных платежей с международных почтовых отправлений	248
Кирилина Е. А. Роль самообслуживания в розничной торговле	251
Луц А. Р., Соловьева Е. И., Никитина М. А. Эксплуатационные характеристики хлопчатобумажных, льняных и смешанных полотен, реализуемых на внутреннем рынке РФ	253

18. ТУРИЗМ

Клейменова Е. О., Чулакова А. О. Диверсификация экономики моногородов за счет развития промышленного туризма	256
Удалых С. К. Туристская индустрия сибирского региона: SWOT-анализ развития туристского комплекса Иркутской области	259
Фадина Н. В., Байкова О. А. Повышение конкурентоспособности гостиничных предприятий Самары на основе стратегического подхода	262

19. ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

Федоров В. А. К вопросу об адаптации классификации и терминологии областей общей теории логистики для управления перевозками на городском пассажирском транспорте	265
Федотенков Д. Г., Падалко А. А. Транспортно-логистические кластеры как вызов времени в социально-экономическом развитии региона	270

10. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

Проблемы внедрения и применения международных стандартов в области аудита в России

Азиханова Венера Талгатовна, студент;
Серёмина Регина Николаевна, студент
Самарский государственный экономический университет

В данной статье проводится анализ значимости применения и внедрения международных стандартов в области аудита на территории Российской Федерации, а также проводится оценка основных аспектов текущего состояния аудиторской деятельности в России.

Ключевые слова: международные стандарты аудита, аудиторские принципы, аудиторская деятельность.

Российские стандарты в области аудита начали разрабатываться в 1995 году. Их создание являло собой национальный аналог Международным Стандартам Аудита. Предпосылкой появления аудита в России стала перестройка экономических отношений, переход к рынку, рост предпринимательской активности граждан. Появилась потребность в оценке финансово-хозяйственной деятельности предпринимателей, чем и явился аудит. В его функции входит как проверка финансовой отчетности организации, так и оказание услуг по налоговому, правовому и управленческому консультированию. Сегодня аудит устойчиво укрепил свои позиции в нашей стране.

Основными принципами аудита являются: [1]

— Принцип экономической свободы — единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых инструментов, свобода экономической деятельности.

— Принцип свободы конкуренции и ограничения монополистической деятельности

— Принцип законности — субъекты аудиторской деятельности должны строго соблюдать закрепленные в законодательстве об аудите и иных правовых актах нормы, которые не противоречат друг другу и Конституции РФ.

— Принцип независимости аудита отсутствие у аудитора, аудиторской организации при формировании его мнения заинтересованности в делах проверяемого хозяйствующего субъекта.

— Профессионализм — аудитор должен владеть необходимым объемом знаний и навыков.

— Принцип конфиденциальности — закрепление в действующем законодательстве конфиденциальной информации, составляющей аудиторскую тайну.

— Принцип государственного регулирования имеет место, так как пользователями финансовой отчетности

субъекта является широкий круг лиц, в том числе юридические и физические лица, органы государственной власти и управления, органы местного самоуправления и органы суда и др.

— Профессиональные этические принципы, связанные с аудиторской деятельностью — это независимость, честность, объективность, профессиональная компетентность, добросовестность, конфиденциальность, профессиональное поведение.

В России в соответствии с Федеральным законом об аудиторской деятельности совет по аудиторской деятельности составляет проекты федеральных правил аудиторской деятельности, а уполномоченный орган государственного регулирования подготавливает их и отправляет на утверждение в Правительство Российской Федерации. На сегодняшний день в России действуют 34 федеральных правила (стандарта) аудиторской деятельности, являющиеся обязательными для аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов и аудируемых лиц. Разработкой же международных стандартов аудита занимается Международная федерация бухгалтеров (IFAC), созданная в 1977 году, объединяющая национальные и региональные профессиональные бухгалтерские организации. Сегодня в IFAC поддерживают членство 159 организаций из 118 стран, представляющих более 2,5 бухгалтеров. [2] Международная федерация бухгалтеров стремится к развитию профессии и улучшению своих стандартов в целях оказания бухгалтерам профессиональных услуг на высоком уровне в интересах общества.

Стандарты имеют важное значение в аудите и деятельности аудитора, так как они:

— Позволяют обеспечить высокое качество аудиторской проверки;

— Помогают внедрять в практику аудита современные достижения науки;

— Позволяют пользователям понять процесс аудиторской проверки и облегчают переговоры аудитора с клиентом;

— Повышает общественный имидж профессии;

— Обеспечивают связь отдельных элементов аудиторского процесса.

Сегодня внедрение МСА в российскую практику аудита — весьма противоречивый вопрос. С одной стороны, МСА имеют немаловажное значение для российских аудиторов, так как многие отечественные предприятия, ориентированные на зарубежных инвесторов, нуждаются в проведении аудиторских проверок. Потенциальные инвесторы заинтересованы в достоверности бухгалтерской отчетности. Следовательно, необходимо составлять бухгалтерскую отчетность, используя правила, которые известны и понятны как западным инвесторам, так и российским. С другой стороны — каждая страна желает защитить национальные интересы, в том числе с помощью усиления конкурентоспособности своих предприятий на мировом рынке. Такие страны с развитой экономикой как Канада, США, Великобритания лишь принимают к сведению положения МСА, в то время как Индия, Австралия, Бразилия, Голландия разрабатывают на их основе свои национальные стандарты. Другие же страны, такие как Фиджи, Малазия утвердили МСА в качестве национальных.

Российские стандарты аудиторской деятельности разрабатываются на основе МСА, однако существуют и несоответствия между ними. Одной из причин является то, что международные стандарты сами периодически изменяются. Надо заметить, что для разработки и утверждения МСА требуется 3 года, в то время как в России этот процесс занимает от 5-ти до 8-ми лет. Другая причина различия МСА и российских стандартов — это то, что сами стандарты не должны противоречить документам более высокого уровня.

По мнению некоторых экспертов, внедрение или даже адаптация МСА в России на данном этапе ее экономического развития не имеет смысла, так как для большого числа клиентов наиболее важное значение имеют налоговые проверки и отыскание путей наилучшей организации системы налогообложения, чем в простом подтверждении достоверности отчетности.

На развитие стандартов аудита большое влияние оказывают изменения в стандартах финансового и бухгалтерского учета. Внедрение в российскую практику МСА зависит от применения в учетной практике Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). Постепенно

протекает процесс согласования российского бухгалтерского учета и аудита с международными стандартами. Здесь учитываются потребности и готовность профессиональной и иной заинтересованной общественности, а также органов государственной власти.

В целях реализации Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации уже внесены изменения в нормативные документы, в результате которых:

— введен обязательный аудит консолидированной финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО;

— введены единые квалификационные требования к аудиторам, в том числе в области аудита финансовой отчетности, подготовленной по МСФО;

— разработаны единые подходы к содержанию, формам и методам контроля качества работы аудиторских организаций и аудиторов.

Сегодня основными проблемами адаптации МСА в России являются:

— трудность перевода разработанных стандартов на другие языки. Частое несоответствие терминов и их определений.

— сложность содержания стандартов и их структура;

— частота, объем и сложность изменений, вносимых в стандарты;

— трудность использования малыми и средними аудиторскими, а также бухгалтерскими фирмами;

— потенциальная нехватка знаний у тех, кто должен применять стандарты;

— в российском законодательстве МСА не привязаны к системе правового регулирования. [3]

На основе исследований, проведенных Питером Вонгом в IFAC, касающихся проблем и достижений в области адаптации и применения МСА в разных странах, можно прийти к выводу, что не существует определенного плана действий, подходивший бы всем. Необходимо разработать системный подход к процессу адаптации действующих стандартов к международным, учитывая экономическую конъюнктуру, национальные особенности, описав основные задачи, стоящие перед основными группами заинтересованных сторон.

На сегодняшний момент мировой опыт очень важен, в частности в области развития аудиторской деятельности, так как страны взаимодействуют друг с другом в ходе постоянного торговли продукцией, услугами и обмена информацией, следовательно, оказывают серьезное воздействие друг на друга.

Литература:

1. Утяшев, И. З. «Современный аудит в России»//Актуальные вопросы экономических наук №17—1,2010
2. Суглобов, А. Е., Бобошко В. И. «Состояние и адаптация международных стандартов аудита в России»//Аудиторская деятельность 2(134)-2010
3. Зиновьева, И. С., Патакович Н. В.»Проблемы внедрения международных стандартов аудита в Российскую практику»//Международный бухгалтерский аудит 43(193)-2011

Определение аналитических процедур для целей аудита финансовых вложений

Ахметова Жанара Ибрагимовна, магистрант
Самарский государственный университет путей сообщения

Учет финансовых вложений является одним из наиболее сложных участков работы бухгалтера, что является причиной непреднамеренных ошибок и злоупотреблений. Аналитические процедуры, проведенные в отношении финансовых вложений на этапе планирования аудита, помогут определить наиболее узкие места в учете финансовых вложений.

Ключевые слова: аудит, финансовые вложения, планирование аудита, аналитические процедуры, методы экономического анализа, структурно-динамический анализ, коэффициентный анализ.

Аудит финансовых вложений является составной частью аудита бухгалтерской финансовой отчетности. Операции с финансовыми вложениями чаще всего являются для организации редкими нетипичными операциями и поэтому велика вероятность возникновения ошибок в учете этих операций, в определении стоимости финансовых вложений, их переоценке и прочее, и если финансовые вложения имеют значительный удельный вес в общем объеме активов организации, то ошибки в их учете приведут к существенному искажению бухгалтерской финансовой отчетности. Поэтому в данной работе рассмотрена актуальность аналитических процедур на этапе планирования аудита, т. е. рассмотрена возможность определения аудитором с помощью аналитических процедур моментов, которые указывают на возможные ошибки, или же нахождение данных ошибок в учете финансовых вложений еще на этапе планирования аудита финансовых вложений, что позволяет аудитору скорректировать план и программу аудита финансовых вложений, определить временные рамки, уровень аудиторского риска. Аналитические процедуры могут быть осуществлены разными способами (простое сравнение, комплексный анализ с применением сложных статистических методов и др.).

В соответствии с ФПСАД №20 «Аналитические процедуры» к аналитическим относятся следующие процедуры:

1) рассмотрение финансовой и другой информации об аудируемом лице в сравнении:

- с сопоставимой информацией за предыдущие периоды;
- с ожидаемыми результатами деятельности аудируемого лица;
- с информацией об организациях, ведущих аналогичную деятельность;

2) рассмотрение взаимосвязей:

- между элементами информации, которые предположительно должны соответствовать прогнозируемому образцу, исходя из опыта аудируемого лица;
- между финансовой информацией и другой информацией.

Аудитор вправе выбирать в качестве аналитических процедур любые известные методы экономического анализа.

Применяя аналитические процедуры при планировании аудита финансовых вложений, аудитору необходимо выявить все возможные места, в которых могут быть допущены ошибки.

В п.3 ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений» к финансовым вложениям отнесены:

- облигации и векселя;
- вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций;
- предоставленные другим организациям займы;
- депозитные вклады в кредитных организациях;
- дебиторская задолженность, приобретенная на основании уступки права требования, и пр.

В бухгалтерской отчетности финансовые вложения отражаются по срокам использования, т. е. делятся на долгосрочные финансовые вложения в составе внеоборотных активов и на краткосрочные финансовые вложения в составе оборотных активов, а также по видам и возможности определения текущей рыночной стоимости. [1]

Аналитические процедуры аудита и финансовый анализ хозяйственной деятельности базируются на методах экономического анализа. Далее в табл. 1 представлены методы экономического анализа, возможные аналитические выводы по процедурам методов и выводы для целей аудита, которые может сделать аудитор на основе результатов проведенных аналитических процедур.

Исходя из табл. 1, мы видим, что первые три метода подходят для анализа, как долгосрочных финансовых вложений, так и краткосрочных финансовых вложений. Они позволяют аудитору рассмотреть состав и динамику финансовых вложений и в соответствии с полученными данными устанавливать временные рамки и объем аудиторских процедур. Коэффициентный анализ в данной таблице представлен в отношении краткосрочных финансовых вложений. Данные коэффициенты показывают аудитору необходимость проведения определенных процедур проверки по существу, например, на рынке ценных бумаг значительные колебания или значительный спад (данные, полученные из внешних источников), а проверяемая организация получает значительные доходы от операций с ценными бумагами. В течение проверяемого года они только возрастают. Аудитору необходимо выявить при-

чины такого роста и определить законность получения доходов, законность сделок.

Долгосрочные финансовые вложения отличаются от краткосрочных финансовых вложений сроком использования в деятельности организации. Так, краткосрочные финансовые вложения предназначены для перепродажи в течение года, долгосрочные финансовые вложения предназначены для получения дохода в срок более 1 года, так, например, к таким вложениям относятся финансовые вложения в уставный капитал других организаций с целью получения дивидендов, долгосрочные облигации с целью получения дохода от их покупки (купон, процент или дисконт) и т. д. По этой причине аудитору необходимо еще на этапе планирования убедиться в том, что финансовые вложения в организации классифицированы правильно, даже если он проведет простое сравнение показателей бухгал-

терского баланса (форма № 1) и приложения к бухгалтерскому балансу (форма № 5). Если данные не совпадают, то это говорит о том, что допущена ошибка в отражении финансовых вложений в отчетности организации. [2]

Если проведен динамический анализ доходов, полученных от использования в деятельности организации долгосрочных финансовых вложений, и в результате этого выявлены значительные отклонения в суммах полученных доходов, аудитору необходимо проанализировать данные отклонения, выявить их причины и их обоснованность. Для анализа доходов по долгосрочным финансовым вложениям у аудитора возникает потребность в получении информации от третьих лиц (эмитентов акции, облигаций и т. д.).

Выводы для целей аудита, которые может сделать аудитор на основе результатов проведенных аналитических процедур

Метод экономического анализа	Порядок проведения (расчета)	Аналитический вывод	Вывод для целей аудита
Структурно-динамический анализ			
Горизонтальный (динамический) анализ	Абсолютное отклонение рассчитывается как разница значений отчетного и прошлого периодов	Аналитик рассматривает данные отклонения и делает выводы, с чем это связано, выявляет причины и следствия отклонений	Аудитор рассматривает данные отклонения с точки зрения выбытия и оприходования финансовых вложений, т. е. ему необходимо определять временные рамки аудита исходя из полученных отклонений
	Относительное отклонение это темпы роста и прироста		
1.2. Вертикальный (структурный) анализ	Показывает долю, часть целого в его общей величине	Аналитик рассматривает состав финансовых вложений, и ему необходимо сделать вывод как такая структура влияет на деятельность организации	Аудитор рассматривает состав финансовых вложений и ему необходимо разработать такой состав процедур проверки по существу, который будет отвечать каждому виду финансовых вложений, так же ему необходимо рассмотреть, правильно ли в организации проведена классификация финансовых вложений и наличие бумаг подтверждающих права собственности на финансовые вложения
Коэффициентный анализ			
2.1. Коэффициент оборачиваемости в количестве оборотов	$K_{об} = \frac{D^{кфв}}{КФВ}$ <p>где $D^{кфв}$ — доходы полученные от использования краткосрочных финансовых вложений; КФВ — средняя величина краткосрочных финансовых вложений</p>	Данный коэффициент показывает, насколько эффективно используются краткосрочные финансовые вложения в деятельности организации	Если данный коэффициент высок то, аудитору будет сложно проверить все операции с краткосрочными финансовыми вложениями и по данной причине ему необходимо провести выборку статистическую или не статистическую все это зависит от решения аудитора. Также ему необходимо определить законность сделок с финансовыми вложениями

2.2. Коэффициент оборачиваемости в днях	$K_{об} = \frac{КФВ}{Д_{кфв}} \times 365$	Данный коэффициент показывает, за какой промежуток времени краткосрочные финансовые вложения делают один оборот, он так же является показателем эффективности использования краткосрочных финансовых вложений	Данный коэффициент говорит аудитору о том, насколько часто в организации происходят сделки с использованием финансовых вложений и дают ему дополнительную информацию при проведении выборки операции с финансовыми вложениями для проведения аудиторской проверки
2.3. Рентабельность финансовых вложений	$Re_{кфв} = \frac{Д_{кфв} - P_{кфв}}{КФВ} \times 100\%$ где $P_{кфв}$ — расходы полученные от использования краткосрочных финансовых вложений	Показывает сколько рублей прибыли от использования финансовых вложений приходится на один рубль таких вложений, этот коэффициент является показателем эффективности использования финансовых вложений, и, следовательно, чем он выше, тем прибыльнее операции с использованием краткосрочных финансовых вложений	Аудитору необходимо определить процедуры и их временные рамки, которые позволяют определить верно, ли рассчитаны доходы и расходы, полученные от сделок с краткосрочными финансовыми вложениями и верно ли определена прибыль, а также законность присвоения данной прибыли организацией и в целом законность сделок с финансовыми вложениями

Таким образом, рассмотрев некоторые приемы экономического анализа, можно говорить о том, что если аудитор правильно подберет методы и приемы анализа при проведении аналитических процедур на этапе планирования аудита финансовых вложений и при этом сможет правильно проанализировать полученные в ходе проведения процедур данные и показатели, у него появляется возможность сде-

лать аудит оптимальным и эффективным, то есть сократить временные рамки аудита, скорректировать программу аудита, выбрать наиболее оптимальные процедуры проверки по существу и т. д. Аудитор в своей работе при планировании аудита финансовых вложений может использовать и другие методы анализа, все это зависит от состава финансовых вложений, профессионализма самого аудитора.

Литература:

1. Аудиторская проверка: практическое пособие для аудитора и бухгалтера / Ю. Б. Агеева, А. Б. Агеева — М.: Бегатор-Пресс. 2005.
2. Камышанов, П. И., Аудит: стандарты и практика. М, Элиста: АПП «Джангар», 2005.

Регулирование методологических и технологических вопросов организации бухгалтерского учета

Бузуртанова Любовь Васхановна, кандидат экономических наук, доцент
Ингушский государственный университет (г. Назрань)

Формирование рыночных отношений в стране заставило по-новому подойти к постановке учета на отдельных участках финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций. Ведь неэффективное его использование приводит к сокращению объемов производства или реализации, что в свою очередь уменьшает до-

ходы предприятия, а, соответственно, отражается и на прибыли. Выявить и практически использовать эти резервы можно с помощью тщательного учета и аудита. Финансовый учет, как и управленческий учет необходим для того, чтобы администрация предприятия получала всю нужную информацию об имуществе, обязательствах, ма-

териальных, трудовых и финансовых ресурсах. Бухгалтерский учет необходим для того, чтобы эффективно управлять работой предприятия. Первичный учет представляет собой начальную стадию системного и регистрации отдельных операций, характеризующих хозяйственные процессы и явления, происходящие на предприятии [1, с. 32–35]. На этой стадии учетной работы первоначальные сведения о хозяйственных процессах и явлениях, возникающие на многочисленных участках, в цехах, на складах, пунктах приемки и отгрузки готовой продукции и других подразделениях предприятия, отражаются в первичных документах. В настоящее время государство существенно сократило свои функции в области методологического руководства бухгалтерским учетом и особенно в области бухгалтерской (финансовой) отчетности. Роль профессионального сообщества в организации и ведении бухгалтерского учета в РФ растет медленными темпами. Особенно это касается технологического и технического обеспечения учетного процесса. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» и на положения по бухгалтерскому учету (стандарты), утвержденные Министерством финансов РФ являются основными в деле методологического обеспечения первичного учета. Необходимо техническое обеспечение бухгалтерского дела для улучшения учетного процесса.

Методические рекомендации, изданные в развитие положений по бухгалтерскому учету, не дают возможности бухгалтерским службам хозяйствующих субъектов выбрать наиболее разумные, рациональные приемы и способы обработки и получения необходимой информации как для внутренних, так и для внешних потребителей. Что касается учетного процесса, технических приемов получения учетной информации наиболее рациональным способом и других аспектов бухгалтерского дела, то в стандартах они не находят отражения [2, с. 14–17].

А необходимо ли усиление регулирования методологических и технологических вопросов организации бухгалтерского учета как системы в целом?

В настоящее время, с развитием рыночных отношений в стране, предоставлением самостоятельности хозяйствующим субъектам в производственной и финансовой деятельности, возложением на них полной ответственности за финансовые результаты работы вряд ли целесообразна строгая централизованная регламентация технологических и технических приемов организации учетных процессов, осуществляемых непосредственно в организациях (на предприятиях) [2, с. 47–48]. Можно сделать вывод, что приоритетным является разработка национальных стандартов бухгалтерского учета (утверждение стандартов отнесено к ведению органов государственной власти), к международным стандартам финансовой отчетности.

В документе, определяющем тактику и стратегию развития бухгалтерского учета на среднесрочную перспективу, общего направления развития первичного учета может быть и достаточно. Но отсутствие в нем определения обязанностей органов государственной власти

и профессиональных сообществ в этой области приводит к заключению, что проблеме первичного учета, являющегося основой подсистемы бухгалтерского дела, не придается должного значения» Прежде всего требует решения вопрос о том, в каком направлении следует развивать, первичную учетную документацию (первичный учет) [6, с. 65–69].

Анализ специалистов показывает, что из общего объема первичных документов, обращающихся на среднем по размерам производственном хозяйствующем субъекте, первичные документы, охватываемые бухгалтерской службой, составляют 28 %; документы по нормированию — 15 %; документы по статистике — 10 %; технические документы — 13 %; документы по снабжению и сбыту, включая счета-фактуры по НДС — 18 %; производственные документы — 16 %.

Федеральное агентство по статистике по согласованию с заинтересованными федеральными органами государственной власти (Министерством финансов РФ, Минэкономразвития России, Банком России и др.) разрабатывает и утверждает унифицированные первичные учетные документы, среди которых называем первичную учетную документацию по учету:

- труда и его оплаты;
- основных средств и нематериальных активов;
- материалов;
- работ в капитальном строительстве;
- работ строительных машин и механизмов;
- кассовых операций;
- результатов инвентаризации.

Опыт применения унифицированных форм показал, что запрет даже на незначительные изменения в них не способствовал повсеместному применению таких форм. Поэтому хозяйствующим субъектам было представлено право при необходимости вносить в них дополнительные реквизиты. Что касается форматов бланков, указанных в альбомах унифицированных форм первичной учетной документации, то их размеры являются рекомендательными и могут изменяться как в сторону уменьшения, так и в сторону увеличения. Это не относится к объему реквизитов и формату бланков форм документов по учету кассовых операций и расчетных (банковских) документов. Их изменение проводится Федеральным агентством по статистике и Банком России [3, 71–73].

В современной экономике появилось немало отраслей, которых не было еще несколько лет назад. Для отражения хозяйственных операций хозяйствующих субъектов таких отраслей (профессиональных участников рынка ценных бумаг, организаций по управлению доверительным имуществом и т. д.), им предоставлено право разрабатывать и утверждать специализированные формы первичных учетных документов с сохранением перечня обязательных реквизитов. На построение форм первичных учетных документов влияет способ обработки и группировки содержащейся в них учетной информации [5, с. 13–14]. Творческая работа бухгалтеров и научных работников часто дает

весьма удачные и рациональные приемы учетной группировки с приспособлением или доработкой для этого форм первичных учетных документов. Например, в рабочем наряде по автотранспорту — путевом листе помимо реквизитов, необходимых для начисления оплаты труда водителю автомобиля, контроля за расходом бензина и др., предусмотрены показатели о пробеге автомобиля с грузом и без груза, о времени простоя под погрузкой и выгрузкой, нужные для статистических наблюдений эффективности использования автомобильного транспорта.

Огромное значение имеет стандартизация документов. Чем компактнее форма документа и чем рациональнее расположены в ней реквизиты, тем проще ее заполнение и особенно контроль за правильностью содержащейся в ней информации. Особенно это важно при автоматизированном получении и переносе информации в память вычислительной техники.

Впервые официальные Методические указания по организации бухгалтерского учета с использованием вычислительной техники были изданы Министерством финансов СССР и ЦСУ СССР в феврале 1981 г.

При комплектовании пачек документов и сдаче — приемке их на ВУ для механизированной обработки проводилась проверка каждого документа и пачки в целом на предмет законности содержащихся в них данных и возможности принятия этих данных к бухгалтерскому учету. Документы или их пачки передавались в вычислительный центр и оформлялись записью в журнале регистрации документов. Туда же записывались данные о возврате обработанных (наблюдается тенденция всеобщей компьютеризации, касающаяся всех областей деятельности. Это легко объяснимо — компьютер гораздо быстрее выполняет расчеты, позволяет автоматизировать сложные операции. Компьютеризация коснулась протаксированных) и проверенных документов (пачек).

Литература:

1. Безруких, П. С. Бухгалтерское дело: учебное пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
2. Верховцев, А. В. Делопроизводство в кадровой службе. М.: ИНФРА-3. М., 2007.
3. Гнездилова, М. О. Учетная политика для целей налогообложения/
4. Бухгалтерское приложение «Экономика и жизнь». 2012. № 7.
5. Горфинкель, В. Я. Экономика предприятия. М.: ЮНИТИ, 2012.
6. Дэниэлс Д.Д, Радеба Ли Х. Международный бизнес. М., 2010.
7. Карзаева, Н. Н. Оценка и ее роль в учетной и финансовой политике организации. М.: Финансы и статистика, 2007.

За последние годы и финансово-экономической сферы деятельности человека. Финансово-экономический анализ деятельности предприятия и ведение бухгалтерского учета значительно упрощаются при применении новых компьютерных технологий. С помощью компьютера можно представить информацию в удобном для конкретного пользователя виде, значительно ускорить и упростить операции ее ввода и обработки, повысить наглядность и простоту конечных отчетов. С внедрением компьютеров появилось множество специальных компьютерных программ, отвечающих нуждам бухгалтеров и других финансовых работников, компьютер стал главным помощником менеджера и финансового директора [4, с. 73—74].

Сейчас, основу большинства компьютерных программ составляют книги учета хозяйственных операций, в которых в формализованном виде фиксируются все без исключения хозяйственные операции (факты хозяйственной жизни) при автоматизированной обработке первичных учетных документов.

В одних компьютерных программах состав реквизитов из первичных документов и способ ввода информации ограничены данными, содержащимися в первичных учетных документах. В других под записью в указанной книге хозяйственных операций понимается не только конкретная операция, но и запись корреспонденции синтетических (иногда и аналитических) счетов. Тем самым книга учета хозяйственных операций выполняет функции хронологических, систематических и синтетических учетных регистров.

В современной России использование компьютерных программ позволяет существенно детализировать учетную информацию, сочетая в учетных регистрах не только данные из первичных учетных документов, но и данные для организации бухгалтерского дела.

Применение бухгалтерского аутсорсинга в ОАО «РЖД»

Елисеева Анастасия Александровна, студент
Ростовский государственный университет путей сообщения

Если есть что-то, что мы не умеем делать лучше и дешевле, чем наши конкуренты, то нет смысла делать это вообще; такую работу мы должны передать тем, кто ее выполнит с заведомо лучшим результатом, т. е. основная экономическая цель использования аутсорсинга — снижение издержек.

Генри Форд

В России аутсорсинг возник в 90-х гг. XX в. в связи с расширением российского бизнеса и его выходом на мировой рынок. Первыми потребителями таких услуг в России стали иностранные компании, которые не хотели брать на себя риск расходов.

Несмотря на широкое распространение аутсорсинга в России, само его понятие в российском законодательстве отсутствует. Термин «аутсорсинг» заимствован из английского языка (outsourcing) и дословно переводится как использование чужих (внешних) ресурсов.

№	Автор	Определение
1	А. Ф. Нуртдинова	привлечение сторонних организаций для выполнения определенных видов работ, не являющихся профильными для данной организации»
2	И. С. Шиткина	«сторонняя организация выполняет определенные задачи, которые обычно не являются частью основной деятельности компании, но необходимы для ее полноценного функционирования»
3	М. С. Власенко	передача некоторых непрофильных функций специализированной организации
4	О. П. Рымкевич	аутсорсинг определяет как делегирование внешним компаниям определенных функций, не являющихся профильными для самого предприятия
5	Т. Ю. Коршунова	аутсорсинг определяет как деятельность, «когда компания передает какую-либо из своих функций, не являющуюся профильной , внешней компании, которая выполняет эту функцию силами собственных сотрудников»

Таким образом, по общему мнению, специфика отношений аутсорсинга заключается в том, что только непрофильные (поддерживающие, сопутствующие) функции предприятия передаются на выполнение сторонней организации (аутсорсеру).

Практика создания общих центров обслуживания широко используется ведущими мировыми компаниями. По результатам ежегодного рейтинга 500 самых успешных компаний журнала Fortune 16 из 20 топ-компаний используют в организации своих внутренних процессов общие центры обслуживания.

Непрофильные и неосновные виды деятельности занимали и занимают весомую долю в экономических и финансовых показателях работы подразделений железнодорожного транспорта России. Учитывая, что в настоящее время заметная доля работ и услуг, относящихся к прочим видам деятельности, малопродуктивна или не приносит положительного финансового результата, руководство ОАО «РЖД» поставило задачу их выделения в обособленный вид бизнеса для развития конкуренции и максимизации доходности.

В процессе реформирования железнодорожного транспорта в России произошло отделение перевозочной деятельности от инфраструктурной, а также обособление иных видов деятельности, непосредственно не связанных с перевозками, в связи с чем, руководство ОАО «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД») передает на аутсорсинг непрофильные бизнес-процессы.

В апреле 2007 года с целью оптимизации и повышения эффективности учетных процессов в ОАО «РЖД» была разработана концепция «Формирование системы бухгалтерского и налогового учета ОАО «РЖД» на принципах организационной и функциональной централизации».

Общий центр обслуживания (ОЦО) — это модель бизнеса, при которой типовые оперативные функции предприятий передаются в специализированный общий центр. Делается это для того, чтобы предприятия могли сосредоточить свои ресурсы на решении целевых задач.

Общие центры обслуживания создаются и контролируются самой компанией. По существу, прибегая к услугам аутсорсера, организация-заказчик в его лице получает как

бы дополнительное структурное подразделение, которое в то же время остается от него юридически независимым.

Организационные преобразования в рамках создания ОЦО в ОАО «РЖД» позволят решить следующие задачи:

- создать условия для концентрации в единых центрах бухгалтерских работников, обладающих практическими знаниями и опытом для выполнения специализированных функций, постоянного профессионального развития (в том числе, обучения) и соблюдения принципа разграничения несовместимых и несвойственных полномочий,
- обеспечить единство методологических подходов и инструментариев учета, унифицированное методологическое обеспечение всех объектов учета с необходимой диверсификацией методов и методологий в зависимости от вида деятельности ОАО «РЖД»,
- в результате координации методологической функции — своевременно доводить до соответствующих учетных подразделений ОЦО информацию по методологическим вопросам и контролировать правильность и своевременность ее использования,
- обеспечить специализацию бухгалтеров на определенных участках учета,
- создать единое информационное пространство учета вне зависимости от степени автоматизации структурного подразделения или дочернего предприятия,
- повысить эффективность обучения пользователей автоматизированных систем бухгалтерского учета особенностям программной реализации учетных процессов,
- осуществить и повысить эффективность внедрения передовых информационных технологий в области учета,
- в результате адаптации действующих процессов и систем к новой модели бухгалтерской службы — исключить неэффективные элементы процессов и контрольных мероприятий, внедрить современные учетные процессы,

Литература:

1. «Бухгалтерский учет как основа эффективного аутсорсинга на предприятиях железнодорожного транспорта (Михаленок Н. О., Емианская Д. А., Международный бухгалтерский учет, №2, 2014 год)
2. «ОЦО: российская практика применения» (Иванова Т., финансовая газета №17, 2010)
3. Положение об использовании аутсорсинга филиалами ОАО «РЖД» (утв. ОАО «РЖД» 27.04.2006 N 530).
4. Распоряжение ОАО «РЖД» от 31.10.2006 N 2164р «Об использовании сетевого аутсорсинга в ОАО «РЖД».

Сравнительная характеристика программ бухгалтерского учета

Елисеева Екатерина Александровна, студент
Ростовский государственный университет путей сообщения

Бухгалтерский учет — важный элемент финансово-экономических отношений в человеческом обществе, выступающий в сфере действия коммерческого предприятия.

Работа бухгалтерии любой фирмы сводится не только к хранению данных об имуществе и обязательствах предприятия, но и к формированию на основании этих данных

— в результате эффективного внедрения стандартных процессов обработки первичных документов — обеспечить применение единой методики обработки и хранения информации,

— контролировать и стандартизировать учетную информацию в Компании,

— создать собственную систему мотивации бухгалтерских служащих, основанную на ключевых показателях эффективности, актуальных для ОЦО,

— исключить дублирующиеся процессы учета,

— использовать эффект масштаба, возникающий в результате концентрации большого количества операций в одном подразделении (центре),

— усилить аналитическую функцию бухгалтерской службы.

ОЦО позволяют оптимизировать управление бизнес-единицами, повысить прозрачность и достоверность информации об их деятельности, снизить затраты на содержание переданной в ОЦО функции за счет ее централизации, унификации и стандартизации. Основными направлениями в организации ОЦО являются: ведение бухгалтерского и налогового учета, ИТ-сервис, управление персоналом, закупки и логистика.

Согласно общему мнению, для того, чтобы аутсорсинг реально приносил результаты аутсорсинговым компаниям и ОАО «Российские железные дороги», должен сформироваться цивилизованный рынок аутсорсинговых услуг с реальной конкуренцией и проработанной нормативно-правовой базой. Очевидно, что пока развитию аутсорсинга мешает недостаточная развитость культуры договорных отношений, недостаточная ориентированность на новые технологии и достижение хорошего качества, недостаток информации о потенциальных аутсорсерах.

бухгалтерских отчетов различного уровня сложности. Естественно, одним из основных требований к бухгалтерскому учету (согласно закону о бухгалтерском учете) является документальное обоснование каждой бухгалтерской операции.

При автоматизации бухгалтерского учёта на предприятии следует выбрать необходимую систему, исходя из

задач и имеющихся ресурсов. При автоматизации бухгалтерского учета важно не просто перевести всю бумажную работу на компьютер, необходимо, чтобы это увеличило эффективность работы бухгалтерии и улучшило контроль над финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, что в свою очередь увеличит эффективность управления предприятием, и, как следствие, эффективность его работы. Хорошие бухгалтерские системы вне зависимости от их масштаба, программно-аппаратной платформы и стоимости должны обеспечивать качественное ведение учета, быть надежными и удобными в эксплуатации.

В данной статье мы рассмотрим четыре наиболее распространенные программы ведения бухгалтерского учета: 1С Бухгалтерия, ПАРУС-Предприятие 7, Галактика ERP, БОСС.

1С Бухгалтерия

Программа 1С Бухгалтерия, разработчик фирма «1С», является универсальной бухгалтерской программой и предназначена для ведения синтетического и аналитического бухгалтерского учета по различным разделам. Аналитический учет ведется по объектам аналитического учета (субконто) в натуральном и стоимостном выражениях.

Данная система может использоваться для ведения практически любых разделов бухгалтерского учёта:

- учёта операций по кассе и банку;
- учёта валютных операций;
- учёта ОС и НМА;
- учёта материалов, товаров, услуг, производства продукции;
- учёта взаиморасчетов с дебиторами, кредиторами, организациями и подотчётными лицами;
- учёта расчётов по заработной плате.

В программе существует режим формирования произвольных отчетов. С помощью данного режима реализованы отчеты, предоставляемые в налоговые органы, кроме того данный режим используется для создания внутренних отчетов для анализа финансовой деятельности организации в произвольной форме.

Если же оценивать «1С: Бухгалтерию» объективно, то ее нельзя назвать ни плохой, ни хорошей, поскольку неправильно давать оценочную характеристику данной программе без привязки к конкретному предприятию.

К достоинствам данной программы можно отнести следующее:

1. с помощью «1С: Бухгалтерии» можно вести все существующие виды бухгалтерского и налогового учета;
2. на сегодняшний день «1С: Бухгалтерия» является одной из самых универсальных бухгалтерских программ, которая может использоваться в самых разных организациях. Данная программа основана на платформе «1С предприятие», которую можно модифицировать под нужды конкретного бизнеса. Подобная гибкость «1С: Бухгалтерии» позволяет решать с ее помощью множество различных задач;

3. «1С: Бухгалтерия» идеально приспособлена под российское законодательство и позволяет легко подстраиваться под регулярно меняющиеся в нашей стране законы и требования чиновников. Разработчики «1С» следят за всеми изменениями в налоговом законодательстве и оперативно обновляют формы отчетности в программе;

4. программа «1С: Бухгалтерия» обладает высокой производительностью, что дает возможность решать с ее помощью самые сложные задачи;

5. совместно с «1С: Бухгалтерией» можно использовать MS SQL Server.

К сожалению, «1С: Бухгалтерия» обладает и рядом недостатков, к которым можно отнести следующие:

1. в подавляющем большинстве случаев, чтобы «1С: Бухгалтерия» решала все поставленные перед ней задачи, программу приходится дорабатывать. Каждое предприятие уникально, поэтому для эффективной его работы требуются индивидуальные решения по автоматизации бизнес-процессов;

2. при переходе на «1С: Бухгалтерию» с другой бухгалтерской программы могут возникнуть серьезные затруднения при переносе информации из одной базы данных в другую (значительную часть информации нередко приходится переносить вручную);

3. в «1С: Бухгалтерии» затруднен поиск ошибок, сделанных во время обработки документов;

4. программа «1С: Бухгалтерия» достаточно сложна в освоении и требует специального обучения пользователей.

ПАРУС-Предприятие 7

Система «ПАРУС-Предприятие 7» предназначена для малых и средних хозрасчетных предприятий различной отраслевой принадлежности (торговля, сфера услуг, реклама и СМИ, туризм, иностранные компании и др.). Это простая, удобная, но в то же время мощная полнофункциональная система, позволяющая автоматизировать бухгалтерский учет, основные торговые процессы и складской учет, расчет заработной платы и кадровый учет. Может эксплуатироваться как на одном, так и на нескольких (в пределах 15–20) объединенных в локальную сеть компьютеров.

Система построена по модульному принципу, образуя единое информационно-управленческое пространство масштаба предприятия:

1. Бухгалтерия
2. Реализация и склад
3. Комплекс
4. Учет договоров
5. Комплектование
6. Заработная плата
7. Кадры

В основу Системы положены следующие основные принципы:

Комплексность — задача автоматизации решается на основе комплексного подхода, при котором обеспечи-

вается информационное взаимодействие всех основных служб предприятия.

Модульность — в целом система «Парус-Предприятие 7» представляет собой набор модулей, каждый из которых предназначен для автоматизации одного из основных видов деятельности предприятия и может работать как в автономном режиме, так и совместно с другими модулями комплекса, образуя единое информационно-управленческое пространство масштаба предприятия. Подобный подход позволяет начинать с минимальных комплектаций, добавляя отдельные компоненты Системы по мере надобности и оптимально по финансовым возможностям предприятия.

Система «ПАРУС-Предприятие 7» построена по принципу интеграции с широкоиспользуемыми, стандартными программными продуктами, например, Microsoft Excel. Подобная практика эффективна по следующим причинам:

1. Многофункциональность.
2. Сотрудники предприятия, где внедряется Система, часто уже имеют навыки работы со «стандартными» программами.
3. Отсутствие проблем при передаче подготовленных материалов в электронном виде (в виде файлов самых разнообразных форматов).
4. Быстрая разработка шаблонов отчетов благодаря широкому использованию экспертов (проводников).
5. Мощные средства обработки. Обширная библиотека встроенных функций для проведения расчетов, в том числе специализированные функции статистического и финансового анализа.
6. Развитые средства разностороннего представления данных (возможность включения диаграмм разных типов).

Галактика ERP

Контур бухгалтерского учета системы — надежный инструмент для ведения бухгалтерского и налогового учета.

Отличительные особенности контура:

- поддержка нормативных правил и требований законодательства в области бухгалтерского и налогового учета;
- поддержка ведения учета и формирования отчетности в международных стандартах (IAS, US GAAP);
- гибкая настройка аналитического учета;
- бухгалтерская отчетность в электронном формате;
- поддержка параллельного учета в нескольких планах счетов бухгалтерского учета.

В Контуре бухгалтерского учета предусмотрено формирование всего спектра финансовых документов, сопровождающих движение денежных средств (платежные поручения, платежные требования, бухгалтерские справки и т. п.). Эти документы могут быть связаны с документами-основаниями, созданными в других контурах системы Галактика ERP.

Модуль хоз. операции является главным исполнительным инструментом Контура бухгалтерского учета системы Галактика ERP. Он обеспечивает автоматизированное отражение проведенных хозяйственных операций в бухгалтерском и управленческом учете. Эта задача ре-

шается с помощью механизмов типовых хозяйственных и финансовых операций (ТХО и ТФО).

Для автоматизированного учета налогов в системе Галактика ERP реализованы гибкие и универсальные механизмы, позволяющие оперативно «подстраиваться» под изменяющееся законодательство. Система дает возможность раздельного ведения бухгалтерского и налогового учета, формирования налоговых регистров и налоговой отчетности в соответствии с требованиями действующего налогового законодательства.

Модуль Бухгалтерская отчетность позволяет проанализировать все счета бухгалтерского учета, произвести процедуру автоматического закрытия временных счетов, сформировать типовые формы для отчетности и расчета налогов.

В системе Галактика ERP предусмотрено два отдельных модуля, которые позволяют вести учет основных средств (ОС) и нематериальных активов (НМА). Большинство функций в этих модулях однотипны, но в силу специфики учета объектов НМА существуют некоторые отличия.

БОСС

Комплексная система автоматизации «БОСС», разработчик фирма «АйТи», предназначена для крупных предприятий, производственных и торговых объединений. Как инструмент управления предприятием система «БОСС» имеет отраслевую ориентацию и включает «БОСС-Бухгалтер», осуществляющую ведение бухгалтерского учета и составление отчетности.

Система «БОСС-Бухгалтер» обеспечивает автоматизацию бухгалтерского учета. Этот продукт условно подразделяется на два блока: модуль финансового учета и программа материального учета, имеющая открытый справочник-классификатор материальных ценностей.

«БОСС-Бухгалтер» может применяться на предприятиях любой формы собственности и функционировать как автономно, так и в составе системы управления «БОСС-Компания» или «БОСС-Корпорация». Версия Система «Интегратор 3.0» состоит из следующих подсистем:

- денежные средства (касса, банк);
- дебиторы и кредиторы; материалы, продукция, товары, МБП;
- поставщики и подрядчики;
- основные средства и нематериальные активы;
- покупатели и заказчики;
- прибыль, налоги, капитал;
- финансовая отчетность.

Особое внимание следует уделить подсистеме «Производственные затраты», обеспечивающей не только учет производственных затрат, но и автоматическое распределение косвенных затрат на объекты калькуляции.

Наличие понятного рядовому бухгалтеру механизма взаимодействия с различными базами данных и алгоритмов распределения позволяет заметно упростить расчет фактической себестоимости произведенной продукции, работ и услуг.

Литература:

1. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (с изменениями и дополнениями);
2. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: Учебное пособие/ под. ред. В. Д. Новодворского М.: ИНФРА-М, 2008.
3. Бухгалтерский управленческий учет/под. ред. И. М. Полковского. — М., 2009.
4. Зингер, И. С. Информационное обеспечение в организационных системах управления. — М., 2007. — 688 с.
5. Ильина, О. П., Смирнов И. А., Юровский А. Б. Служба информационного обеспечения. — М., 2011. — 346 с.

Особенности распределения накладных расходов в Казахстане

Ершаева Асель Канатовна, магистрант

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза (Казахстан)

Процессы усиления рыночной ориентации предопределяют возникновение ряда проблем, связанных с разработкой эффективных методик по совершенствованию калькуляционного дела. При этом одной из важных задач теории и практики отечественного бухгалтерского учета остается в настоящее время проблема учета и распределения накладных расходов.

Накладные расходы — это расходы по обслуживанию и управлению производством и предприятием: общепроизводственные и общехозяйственные, вызванные подготовкой и, организацией, обслуживанием и управлением. Распределение затрат — проблема, появление которой неизбежно почти для каждой организации, это прямое отнесение собранных затрат на определенный объект и распределение затрат между различными объектами.

Основными целями распределения затрат являются: обеспечение информацией для принятия управленческих решений, исчисление прибыли и активов организации при предоставлении финансовых отчетов внешним контрагентам, мотивация менеджеров и служащих организации, необходимость обоснования затрат или подсчет компенсаций. Различные способы распределения затрат служат различным целям организации.

Большинство решений относительно распределения затрат принимаются с учетом причинно-следственных связей и критерия выгоды. Существуют также и другие критерии, к которым относятся справедливость, возможность несения расходов.

В управленческом учете существуют два основных подхода к расчету себестоимости и распределению накладных расходов: традиционная система распределения накладных расходов и распределение накладных расходов по функциям (АВС). Традиционный метод — это метод распределения косвенных затрат, при котором все затраты общей суммой распределяются на единицу себестоимости пропорционально уровню деловой активности, характеризующему рассматриваемый вид бизнеса или продукцию. В качестве уровня деловой активности можно использовать объем выпуска продукции в натуральном или стоимостном выражении, человеко-часы или машино-часы, расход основных материалов, общую сумму прямых затрат. [1, с. 57].

Базовым принципом расчета себестоимости является разделение затрат на прямые и косвенные (накладные) и отнесение обоих видов затрат на готовую продукцию.

Как правило, на практике с распределением прямых затрат проблем не возникает, поскольку они могут быть напрямую отнесены на себестоимость конкретного объекта затрат.

С косвенными расходами сложнее. Традиционно они переносятся на объекты затрат пропорционально размеру трудовых затрат, машинному времени, объему производства, продаж и т. д. Если доля косвенных расходов в себестоимости выпускаемой продукции (работ, услуг) невелика, применение традиционного подхода к себестоимости оправдывает себя ввиду его простоты и незначительной погрешности результата. Однако в современных условиях при совершенствовании технологии производства, снижении его трудоемкости и материалоемкости, а также автоматизации процессов доля прямых издержек снижается, а доля косвенных расходов (на общее управление, маркетинг, финансовое управление, управление персоналом и т. п.) увеличивается. Более того, в некоторых отраслях экономики (например, в торговле, банковской сфере, страховании) доля прямых расходов в общем объеме затрат традиционно небольшая, поэтому общепринятые подходы к распределению косвенных затрат могут привести к принятию неверных управленческих решений. Продукты, потребляющие меньше всего ресурса, пропорционально которому распределяются косвенные расходы (например труда), при расчетах будут казаться более рентабельными по сравнению с продуктами, потребляющими больше ресурсов (например, с высокой трудоемкостью). Использование методики АВС для распределения накладных затрат позволяет избежать этих ошибок.

АВС-метод — это метод распределения косвенных затрат, основанный на распределении затрат по видам бизнеса или по единицам продукции пропорционально величинам носителей этих затрат.

Чтобы применить АВС-метод, организация сначала должна дать количественную оценку всем своим накладным расходам и определить и оценить основные при-

чины, ведущие к возникновению затрат. Не существует стандартных правил относительно того, какими должны быть эти причины, в каждой организации они разные. Причины не обязательно должны быть сосредоточены в каком-то одном центре учета, они могут относиться и к разным центрам учета. В качестве примера операций (центров учета), потребляющих ресурсы, можно привести обработку заказов потребителей, снабжение, контроль качества продукции, подготовительные операции, хранение сырья и материалов на складе и т.д.

Он имеет преимущество перед традиционной системой калькуляции себестоимости, поскольку способ распределения накладных расходов в нем определяют факторы, влияющие на величину этих расходов [2, с. 122].

Преимуществам ABC метода следующее:

— первое и главное преимущество — это простота использования. Чем проще метод, тем он надёжней — это аксиома. Из-за простоты его легко приспособить к различным ситуациям. Обучение также не требует много времени.

— прозрачность — это преимущество вытекает из простоты. Чем проще, тем надёжней, но также и понятней. Любой этап анализа можно проследить и, если нужно, подкорректировать. Интерпретация расчётов не вызывает проблем. Сложные статистические методы таким преимуществом не обладают.

— еще одно важное преимущество — это почти полная универсальность. С помощью ABC-метода можно анализировать хоть товароборот, хоть деньги, хоть урожай зерна, хоть что угодно, что можно разделить на составляющие элементы. Перед ABC-методом все равны.

— автоматизация — когда не было компьютеров, все расчеты делались на бумаге и в уме, в лучшем случае на калькуляторе. Поэтому проведение любого анализа было сопряжено с трудоемкостью расчётов. Сейчас эта проблема потеряла свою актуальность. Для ABC-метода это вообще не проблема, так как алгоритм достаточно строг. Расчёт в Excel можно сделать с помощью нескольких нажатий клавиш. Существует также множество специализированных программ, макросов и приложений, которые сокращают количество нажатий до одного. Короче, ABC-анализ нынче делается быстро. Умножать и делить столбиком уметь не обязательно, про логарифмические линейки и счёты, наконец, можно забыть.

— оптимизация ресурсов — это фактически назначение метода. Успешное использование ABC-метода позволяет сократить и высвободить огромное количество временных и трудовых ресурсов.

ABC-метод может быть использован в качестве эффективного инструмента пооперационного калькулирования затрат торговых и производственных предприятий. Его применение обеспечивает более точное описание затрат и отображает финансовое состояние организации лучше, чем традиционные методы бухгалтерского учета, принося наиболее объективные и реалистичные результаты. Это позволяет организации вырабатывать более

точные и обоснованные решения. Затраты предприятия становятся более управляемыми, появляется возможность обнаружить наиболее действенные рычаги их снижения.

Заслуживает внимания для казахстанских компаний и японская система калькулирования «Just-in-Time» (JIT) «точно в срок», которая включает три основных подхода: управление «точно в срок»; организация бизнес-процесса «точно в срок»; калькулирование «точно в срок». В основе системы «точно в срок» лежит принцип ликвидации ненужной информации для управления. Заключается в том, что во время производственного процесса необходимые для сборки детали оказываются на производственной линии точно в тот момент, когда это нужно, и в строго необходимом количестве. Основные характеристики — иметь только необходимые запасы, когда это необходимо; улучшать качество до состояния «ноль дефектов»; уменьшать длительность цикла путем снижения времени оснащения, размер очереди и величину производственной партии; постепенно модифицировать сами операции; и выполнять эти виды деятельности с минимальными издержками. [3, с. 198].

Таким образом, сущность системы сводится к отказу от производства крупными партиями, а взамен создается непрерывно-поточное предметное производство. Система JIT предусматривает практическую ликвидацию незавершенного производства, сведение к минимуму объема товарно-материальных запасов и выполнение производственных заказов точно в запланированный срок.

Так, к преимуществам системы JIT можно отнести следующее:

— сокращение денежных средств, необходимых для управления запасами. Меньший объем запасов позволяет сократить количество финансовых ресурсов «замороженных» в запасах;

— возможность использовать для других нужд площади, ранее отводимые под запасы. Система **Точно в срок** сокращает объем запасов сырья, запасов в производстве, и запасов готовой продукции. В результате могут высвободиться значительные площади, которые возможно использовать для других целей;

— сокращение объема нереализованного товара при сокращении спроса. Целью системы **Точно в срок** является производство такого количества продукции, которое необходимо потребителю. Поэтому, если резко снизится спрос на продукцию, то в системе JIT количество нереализованного товара будет минимальным;

— сокращение объема партий выпускаемой продукции. Это позволяет быстрее реагировать на изменение потребностей рынка. За счет малых партий в системе JIT есть возможность быстрее вводить изменения на основании потребностей клиентов;

— снижение количества дефектов, что приводит к сокращению брака и затрат на его исправление. Для эффективной работы системы **Точно в срок** количество дефектов выявляемых в производстве должно стремиться к нулю.

Чтобы этого добиться прилагается много усилий по повышению качества работы.

Рекомендуется применять систему JIT во взаимосвязи с методом ABC, поскольку последний так же, как и JIT, основывается на использовании нефинансовых измерителей. Метод ABC называют еще методом управления накладными расходами. Следовательно, все функциональные схемы учета и распределения накладных расходов по методу ABC могут быть внедрены в систему JIT. По нашему мнению, к основным проблемам распределения накладных расходов на казахстанских предприятиях является наибольшее предпочтение к использованию традиционной системы распределения накладных расходов [4, с. 306].

К наиболее актуальным проблемам внедрения зарубежных систем распределения накладных расходов, такие как, системы ABC и JIT в Казахстане относятся:

Литература:

1. Ивашкевич В.Б. «Бухгалтерский управленческий учет». М, 2003 г. — 110 с.
2. Акчурина Е.В., Солодко Л.П. «Управленческий учет». 2004 г. — 480 с.
3. Назарова В.Л., Фурсов Д.А., Фурсов С.Д. «Управленческий учет» Алматы, 2004 г. — 308 с.
4. Керимов В.Э. «Управленческий учет», М. 2004 г. — 460 с.

Оптимизация амортизационных отчислений основных средств организации в ходе аудита

Лукошкин Сергей Викторович, старший преподаватель

Калужский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

В настоящее время многие организации осуществляют обязательные проверки достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности. Такие проверки проводятся в соответствии с Федеральным законом «Об аудиторской деятельности» от 30 декабря 2008 года N 307-ФЗ (далее — ФЗ). Согласно ст. 1 указанного Закона, «Аудит — независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности».

Потребность в услугах аудиторов (в нынешнем понимании) возникла в тот период, когда произошло организационное разделение между собственниками капитала и лицами, осуществляющими управление этим капиталом. Собственниками становятся лица, не имеющие возможности непосредственно управлять капиталом — учредители, акционеры (далее — «собственники»). Управление же капиталом сосредотачивается в руках других лиц: наемных директоров, менеджеров, управляющих, бухгалтеров (далее — «управленцы»). Объективные интересы этих двух групп довольно сильно отличаются. «Собственники» заинтересованы в сохранении капитала, в получении от него максимальных доходов, в его приумножении.

1) затраты на использование метода — на крупных предприятиях может быть большое количество разнообразных статей затрат;

2) затраты на внедрение системы ABC могут быть значительными и могут стать помехой для предприятия, которое только что осуществило крупное капиталовложение в передовую производственную технологию.

3) для ABC-метода, как и для других методов распределения затрат, остается проблемой определение носителей затрат или подходящих основ для поглощения общих производственных накладных расходов единицами затрат.

4) низкий уровень маркетинга системы управления производством JIT в Казахстане — основным принципом системы JIT является производить продукцию, выполнять работы, услуги только тогда, когда в ней нуждаются, и только в том количестве, которое требуется заказчиком.

Интересы «управленцев» объективно направлены на получение максимальных выгод от этого капитала для себя (подчас в ущерб сохранности и прибыльности капитала). «Собственникам» необходим надежный, объективный и независимый от «управленцев» контроль со стороны, который обеспечивал бы и сохранность коммерческой тайны от конкурентов. Такой контроль могут обеспечить аудиторы и аудиторские фирмы.

Обязательный аудит (ст. 5 ФЗ) проводится в случаях, если:

1) если организация имеет организационно-правовую форму открытого акционерного общества;

2) если ценные бумаги организации допущены к обращению на организованных торгах;

3) если организация является кредитной организацией, бюро кредитных историй, организацией, являющейся профессиональным участником рынка ценных бумаг, страховой организацией, клиринговой организацией, обществом взаимного страхования, организатором торговли, негосударственным пенсионным или иным фондом, акционерным инвестиционным фондом, управляющей компанией акционерного инвестиционного фонда, паевого инвестиционного

фонда или негосударственного пенсионного фонда (за исключением государственных внебюджетных фондов);

4) если объем выручки от продажи продукции (продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг) организации (за исключением органов государственной власти, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных учреждений, государственных и муниципальных унитарных предприятий, сельскохозяйственных кооперативов, союзов этих кооперативов) за предшествующий отчетному год превышает 400 миллионов рублей или сумма активов бухгалтерского баланса по состоянию на конец предшествовавшего отчетному году превышает 60 миллионов рублей;

5) если организация (за исключением органа государственной власти, органа местного самоуправления, государственного внебюджетного фонда, а также государственного и муниципального учреждения) представляет и (или) публикует сводную (консолидированную) бухгалтерскую (финансовую) отчетность;

6) в иных случаях, установленных федеральными законами.

Одним из важных аспектов проводимого аудита является проверка правильности начисления амортизации основных средств (далее — ОС) и нематериальных активов (далее — НМА). В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету 6/01 «Учет основных средств», утвержденным приказом Минфина России от 30.03.2001 № 26н, с изменениями, (далее — ПБУ6/01), п. 18 «Начисление амортизации объектов ОС производится одним из следующих способов:

- линейный способ;
- способ уменьшаемого остатка;
- способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;
- способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ)».

Согласно Положению по бухгалтерскому учету 14/2007 «Учет нематериальных активов», утвержденным приказом Минфина России от 27.12.2007 № 153н, с изменениями (далее — ПБУ 14/2007), п. 28: «Определение ежемесячной суммы амортизационных отчислений по нематериальному активу производится одним из следующих способов:

- линейный способ;
- способ уменьшаемого остатка;
- способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ)».

В налоговом учете амортизация объектов амортизируемого имущества (к ним относятся ОС и НМА) начисляется на основании ст. 259 Налогового кодекса РФ: «налогоплательщики вправе выбрать один из следующих методов начисления амортизации ...:

- 1) линейный метод;
- 2) нелинейный метод».

При использовании линейного метода, согласно ст. 259.1 НК РФ, «сумма начисленной за один месяц амортизации в отношении объекта амортизируемого имущества определяется как произведение его первоначальной (восстановительной) стоимости и нормы амортизации, определенной для данного объекта».

Если налогоплательщик применяет нелинейный метод, то согласно ст. 259.2 НК РФ норма амортизации объекта амортизируемого имущества определяется по формуле:

$$K = \frac{2}{n} \times 100\%$$

где K — норма амортизации в процентах к остаточной стоимости, применяемая к данному объекту амортизируемого имущества;

n — срок полезного использования данного объекта амортизируемого имущества, выраженный в месяцах.

Норма амортизации установлена ст. 259.2 НК РФ:

Амортизационная группа	Норма амортизации (месячная)
Первая	14,3
Вторая	8,8
Третья	5,6
Четвертая	3,8
Пятая	2,7
Шестая	1,8
Седьмая	1,3
Восьмая	1,0
Девятая	0,8
Десятая	0,7

Амортизационные группы также установлены Налоговым кодексом РФ:

— первая группа — все недолговечное имущество со сроком полезного использования от 1 года до 2 лет включительно;

— вторая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 2 лет до 3 лет включительно;

— третья группа — имущество со сроком полезного использования свыше 3 лет до 5 лет включительно;

- четвертая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 5 лет до 7 лет включительно;
- пятая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 7 лет до 10 лет включительно;
- шестая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 10 лет до 15 лет включительно;
- седьмая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 15 лет до 20 лет включительно;
- восьмая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 20 лет до 25 лет включительно;
- девятая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 25 лет до 30 лет включительно;
- десятая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 30 лет.

В ходе осуществления аудита проверяется обоснованность определения первоначальной (восстановительной) стоимости ОС и НМА, сроки полезного использования объектов ОС и НМА, соответствие методов начисления амортизации объектов ОС и НМА методам, установленным учетной политикой организации, принятой для целей бухгалтерского учета и целей налогообложения.

В ходе осуществления данной проверки, помимо изучения обоснованности начисления амортизации, аудиторы могут исследовать вопрос увеличения или снижения амортизационных отчислений организации и, тем самым, её влияния на расходы организации, её прибыль. В конечном итоге, таким образом, появляется возможность регулирования финансовыми показателями организации.

Например, применение линейного метода начисления амортизации соответствует последовательному переходу стоимости ОС и НМА на стоимость вновь выпускаемой продукции. При этом, происходит постепенный физический и моральный износ объектов. При использовании способа уменьшаемого остатка (и его аналога в налоговом учете — нелинейного метода), первоначально амортизация начисляется ускоренно, а затем, её начисление постепенно замедляется. Физически начисление более высокой амортизации соответствует тому состоянию, когда новый объект введен в эксплуатацию, и его физическое, техническое состояние позволяет более интенсивно использовать объект. Снижение начисленной амортизации совпадает со снижением возможностей по эксплуатации

объекта, его эффективности, производительности вследствие его износа, увеличением расходов на текущий ремонт, профилактику, иных эксплуатационных расходов.

Наиболее точно начисление амортизации и интенсивность эксплуатации могут соответствовать в том случае, если в отношении амортизируемого имущества применяется метод списания стоимости пропорционально объему продукции (работ). Он предусматривается и ПБУ 6/01 и ПБУ 14/2007. Использование такого метода в наибольшей степени способствует интенсивности объектов и степени их эксплуатации, периодичности их замены.

Налоговым кодексом РФ конкретно такого метода не предусмотрено. Поэтому, налогоплательщики могут выбирать один из двух методов: линейный или нелинейный. Применение линейного метода и в бухгалтерском и в налоговом учете снижает трудоёмкость бухгалтерских вычислений. Поэтому, нередко главный бухгалтер склоняется к мысли об использовании и в бухгалтерском и в налоговом учете для начисления амортизации одного единственного линейного метода. Хотя, в современных условиях использования бухгалтерских компьютерных программ, этот фактор является не вполне актуальным. Опираясь на современные методы расчетов, организация может дифференцировать методы амортизации для различных условий. Это, в какой-то степени, несколько оптимизировать финансовые результаты в бухгалтерской отчетности и налоговых декларациях.

Проведение такого анализа и разработка подобных рекомендаций аудиторами в ходе аудита может выразиться в отдельных пожеланиях, выраженных устно или в аудиторском отчете, направляемом аудируемому лицу. Либо, аудиторская фирма может заключить с аудируемым лицом договор на оказание сопутствующей услуги по оптимизации бухгалтерского и налогового учета. В рамках этого договора аудиторская фирма может изучить все обстоятельства начисления амортизации (и не только), разработать необходимые рекомендации по корректировке, внесению изменений в учетную политику для целей бухгалтерского учета и налогообложения. Представленные аудиторами рекомендации могут способствовать снижению расходов организации, улучшению ее финансового состояния, снижению начисляемого налога на прибыль, иных налогов.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая), утвержден Федеральным законом от 05.08.2000 № 117-ФЗ (в ред. Федеральных законов);
2. Федеральный закон от 30 декабря 2008 года N 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» (в ред. Федеральных законов от 01.07.2010 N 136-ФЗ, от 28.12.2010 N 400-ФЗ, от 04.05.2011 N 99-ФЗ, от 01.07.2011 N 169-ФЗ, от 11.07.2011 N 200-ФЗ, от 21.11.2011 N 327-ФЗ, от 02.07.2013 N 185-ФЗ, от 23.07.2013 N 251-ФЗ, от 28.12.2013 N 396-ФЗ, от 04.03.2014 N 23-ФЗ, с изм., внесенными Федеральным законом от 13.12.2010 N 358-ФЗ);
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01 (утверждено приказом Минфина России от 30.03.2001 № 26н, с изменениями от 18.05.2002 № 45н, от 12.12.2005 № 147н, от 18.09.2006 № 116н, от 27.11.2006 № 156н, от 25.10.2010 № 132н, от 24.12.2010 № 186н);
4. Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2007 (утверждено приказом Минфина России от 27.12.2007 № 153н, в ред. Приказов Минфина РФ от 25.10.2010 № 132н, от 24.12.2010 № 186н).

Особенности сельского хозяйства и бухгалтерского учета деятельности сельскохозяйственных организаций

Маковоз Ирина Тарасовна, аспирант, старший преподаватель
Российский университет кооперации (г. Москва)

Ключевые слова: бухгалтерский учет, сельское хозяйство, растениеводство, животноводство, активы, сельскохозяйственная деятельность, государственная поддержка, биологические активы, биотрансформация.

Keywords: accounting, agriculture, crops, livestock, assets, agricultural activities, government support, biological assets, biotransformation.

Современное развитие экономики страны невозможно без эффективного развития сельского хозяйства России. В Государственной программе «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы», отражены все необходимые мероприятия по развитию данной отрасли в России.

Сельское хозяйство — это важнейший вид экономической деятельности, играющий стратегическую роль в национальной экономике, призванный обеспечить производство продуктов питания и сырья для перерабатывающей промышленности в необходимых объемах и тем самым гарантировать продовольственную безопасность страны.

В общероссийском классификаторе видов экономической деятельности — ОКВЭД — сельскохозяйственной деятельности отведено первое место в перечне видов экономической деятельности. В соответствии с ОКВЭД в сельском хозяйстве выделяют следующие виды деятельности:

— растениеводство — вид экономической деятельности, связанный с выращиванием зерна, овощей, фруктов, орехов, технических и прочих сельскохозяйственных культур, с декоративным садоводством, производством продукции питомников др.;

— животноводство — включает разведение крупного рогатого скота, овец, лошадей, птицы, оленей и других животных;

— лесное хозяйство — включает деятельность в сфере лесоводства и лесозаготовок;

— лесоводство и лесозаготовки — это деятельность, направленная с лесозаготовками, сбором дикорастущих и недревесных лесопродуктов, лесоводства, выращиванием семян, деревьев и кустарников, прочей продукции питомников.

Сельское хозяйство как вид экономической деятельности имеет ряд особенностей, которые оказывают существенное влияние на ведение бухгалтерского учета в сельскохозяйственных организациях.

В международном стандарте финансовой отчетности — МФСО 41 «Сельское хозяйство» — под сельскохозяйственной деятельностью понимается Управление биотрансформацией биологических активов в целях продажи,

получения сельскохозяйственной продукции или производства дополнительных биологических активов.

Биологические активы — это живые растения или животные, а биотрансформация — процессы роста, перерождения, производства и воспроизводства, которые вызывают качественные или количественные изменения биологического актива.

Биотрансформация приводит:

— к изменению актива в форме увеличения или уменьшения его количества или качества или к появлению дополнительных активов;

— к получению сельскохозяйственной продукции (зерна, овощей, мяса, молока т. д.)

В МСФО 41 биологические активы подразделяют на расходующие и плодоносящие биологические активы.

Расходующие биологические активы — такие активы, которые после завершения технологического цикла выращивания растений и разведения животных выступают как сельскохозяйственная продукция, предназначенная для продажи;

— скот, предназначенный для продажи;

— рыба в рыбоводческих хозяйствах;

— посевы сельскохозяйственных культур и получаемая при сборе урожая продукция (например, кукуруза и пшеница);

— деревья, предназначенные для производства пиломатериалов и т. д.

Плодоносящие биологические активы — это самовоспроизводящиеся активы, обеспечивающие многократное поступление сельскохозяйственной продукции в течение технологического цикла выращивания растений и разведения животных:

— молочный скот;

— виноградные лозы;

— фруктовые деревья.

Биологические активы в зависимости от достижения ими нужной кондиции и готовности к уборке или продаже подразделяют на зрелые и незрелые биологические активы.

Зрелые биологические активы — это активы, которые готовы к уборке или продаже. Активы, способные давать

урожаи или приносить приплод называются зрелыми плодonoсящими активами.

Незрелые биологические активы — это активы, которые находятся в процессе выращивания, и не способные давать продукцию по завершению процесса их выращивания.

Биологические активы и процессы их биотрансформации выступают в качестве специфических объектов учета в сельском хозяйстве. Взрослый продуктивный и рабочий скот, многолетние насаждения (сады, виноградники) используют в качестве средств труда и учитывают в составе внеоборотных активов, а животные на выращивании и откорме выступают в качестве специфического вида оборотных активов. Особыми объектами учета в сельском хозяйстве являются процессы выращивания сельскохозяйственных культур и разведения животных, а в качестве специфических видов продукции животноводства выступают приплод животных и прирост живой массы.

Основным средством производства в сельском хозяйстве выступает земля. В сельскохозяйственных организациях земельные угодья выступают в качестве специфических объектов. Земельные угодья — это участки земли, используемые для сельскохозяйственного производства, а также капитальные вложения в земельные участки, связанные с их орошением, осушением и другими работами по коренному улучшению земель.

Длительность технологического процесса выращивания растений и разведения животных является характерным для сельского хозяйства.

Процессы выращивания крупного рогатого скота и возделывания плодовых насаждений занимают несколько лет, технологический цикл выращивания озимых насаждений занимает несколько лет, технологический цикл выращивания озимых зерновых культур длится в течение одного года (посев — осенью текущего года, а уборка в следующем году). Других сельскохозяйственных культур в течение нескольких месяцев.

Основная задача бухгалтерского учета состоит в разграничении затрат по производственным циклам, которые не совпадают с календарным годом, и выделение в качестве особых объектов учета затрат прошлых лет под урожай текущего года или затрат текущего года под урожай будущих лет.

Неравномерность объемов сельскохозяйственных работ влияет на ведение бухгалтерского учета — в период основных сельскохозяйственных работ трудоемкость учета возрастает, а в период сезонного снижения объема работ — сокращается. Вследствие биологических особенностей сельскохозяйственных растений и животных от одной культуры или вида животных получают несколько видов продукции (зерно, зерновые отходы и соломка при выращивании зерновых культур, молоко и приплод животных при разведении крупного рогатого скота и т. д.). Поэтому при калькуляции себестоимости, возникает необходимость разграничения затрат на производ-

ство между видами продукции, применения экономически обоснованных методов их распределения.

Во многих отраслях сельского хозяйства производство продукции осуществляется на промышленной основе, в больших масштабах, с использованием достижений науки и техники. В последнее время в сельском хозяйстве в России создаются холдинговые аграрные компании (агрохолдинги), они объединяют несколько взаимосвязанных сельскохозяйственных организаций под управление одной (материнской) компанией. Создание агрохолдингов обеспечивает повышение эффективности деятельности сельскохозяйственных организаций, оптимизацию их денежных потоков, обеспечение их доступа к кредитным ресурсам.

Сельскохозяйственные организации выступают в разных организационно — правовых формах: акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью, унитарных предприятиях, кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйствах и др. Бухгалтерский учет в каждой из этих организациях имеет свои специфические особенности, следующие из сущности правовых основ их деятельности. Специфическими объектами бухгалтерского учета в агрохолдингах являются расчетные взаимоотношения между взаимосвязанными организациями, формирование консолидированной отчетности и т. д.

Сельскохозяйственные предприятия имеют в своем составе следующие виды групп производств: основное производство, вспомогательные производства, обслуживающие производства.

— основное производство — его продукция предназначена для продажи на рынке и получения дохода, поэтому оно имеет решающее значение в экономике организации. Основное производство и промышленное производство на растениеводство, животноводство и промышленное производство, которое занято переработкой сельскохозяйственной продукции.

— вспомогательные производства обеспечивают нормальную работу основного производства путем предоставления ему определенного вида услуг или выполнения работ. В сельскохозяйственных организациях существуют следующие виды вспомогательных производств: ремонтные мастерские, машинно-тракторный парк, автомобильный транспорт, энергетические хозяйства, водоснабжение, гужевого транспорт и др.

— обслуживающие производства и хозяйства — это жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание населения, общественное питание, детские дошкольные учреждения, учреждения культурно-бытового назначения, они занимаются в основном оказанием социально-бытовых услуг персоналу сельскохозяйственной организации и населению, проживающему на его территории.

Зависимость сельскохозяйственного производства от природно-климатических факторов влияет на экономическую эффективность их работы. Производство отдельных видов продукции, прежде всего продукции животноводства, остается убыточным и осуществляется при финансовой

поддержке государства. В России государство финансирует на безвозвратной основе затраты на мелиорацию, компенсирует часть затрат на приобретение минеральных удобрений и средств химической защиты растений, предоставляет субсидии на производство льна и конопли, на поддержку племенного животноводства, элитного семеноводства, субсидирует процентные ставки по кредитам и т. д.

Меры государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей:

— применение единого сельскохозяйственного налога, по утвержденной ставке 6 % от суммы полученных доходов, уменьшенных на сумму расходов;

— применение пониженных ставок налогов на прибыль для сельскохозяйственных товаропроизводителей, в размерах, установленных законами Российской Федерации;

— для сельскохозяйственных организаций, не перешедших на уплату ЕСХН, предусмотрены пониженные ставки единого социального налога в размере 20 %, а для членов крестьянских (фермерских) хозяйств — 10 % от налогооблагаемой базы;

— транспортным налогом не облагаются тракторы, самоходные комбайны всех марок, специальные автомашины (молоковозы, машины для перевозки птицы, машины для перевозки и внесения минеральных удобрений, ветеринарной помощи и технического обслуживания), зарегистрированные на сельскохозяйственных товаропроизводителей и используемые в производстве сельскохозяйственной продукции.

Перед бухгалтерским учетом стоит задача учета различных форм финансовой поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Литература:

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» № 404-ФЗ
2. Отраслевые методические рекомендации по бухгалтерскому учету в сельскохозяйственных организациях государственных субсидий и других видов государственной помощи. Утв. приказом Минсельхоза РФ от 2 февраля 2004 г. № 75.
3. Рекомендации по ведению бухгалтерского учета и отчетности в сельскохозяйственных потребительских кооперативах. Утв. Минсельхозом РФ 25 января 2001 г.
4. Государственная программа «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции на 2013–2020 годы».
5. Лисович, Г. М. Бухгалтерский финансовый учет в сельском хозяйстве: Учебник. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА — М, 2013. — 318 с.
6. Овсяичук, М. Ф., Юдина Л. Н., Овсяичук В. Я. Бухгалтерский учет в сельскохозяйственных организациях: Учебное пособие. — М.: АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации», 2006 г. — 161 с.

Анализ издержек обращения торговых организаций с применением статистического метода структурных средних

Чернова Алла Геннадиевна, аспирант
Северо-Кавказский федеральный университет (г. Ставрополь)

Большое значение в рамках анализа издержек обращения торгового предприятия отводится изучению издержкоёмкости.

Показатель издержкоёмкости — это отношение издержек обращения к товарообороту и определяется по формуле: $И\dot{E} = ИО \cdot 100 / ТО$, где $И\dot{E}$ — издержкоёмкость; $ИО$ — сумма издержек обращения; $ТО$ — товарооборот.

Уровень издержек обращения (издержкоёмкость реализации товаров) — это сумма затрат, приходящаяся на 100 руб. розничного товарооборота. На издержкоёмкость оказывает влияние общая сумма издержек, которая находится в прямой зависимости от изменения объема товарооборота, структуры товарооборота, цены на реализуемые товары, издержек обращения по видам ресурсов и т. п. [1 с. 73]

Для анализа издержкоёмкости ряда предприятий можно использовать один из видов средних величин — структурные средние, который применяется для изучения внутреннего строения рядов распределения значений признака. [2 с. 56]

Из структурных средних в основном используют показатели: моды — наиболее часто повторяющегося значения признака, а также медианы — величины признака, которая делит упорядоченную последовательность его значений на две равные части по численности. В частности у одной половины единиц совокупности значение признака не превышает медианного уровня.

В статистике модой является величина признака (варианта), которая наиболее часто встречается в данной совокупности. В вариационной последовательности это

будет варианта, имеющая наибольшую частоту. Показатель «мода» применяется в тех случаях, когда нужно охарактеризовать наиболее часто появляющуюся величину признака.

Медианной называется варианта, располагающаяся в середине вариационного ряда. Этот показатель делит анализируемый ряд пополам, по обе стороны от нее находится одинаковое количество единиц совокупности.

Медиана показывает количественную границу, величину варьирующего признака, которую достигла половина членов совокупности.

Исходным моментом предлагаемой методики анализа издержек обращения является возможность формирования информации о величинах торговых затрат группы предприятий, а также данных об средних размерах из-

держкоёмкости. Эти данные могут использоваться для аналитических выводов и планирования.

Для анализа издержкоёмкости торговых предприятий были взяты данные 34 организаций.

Выполним статистическую группировку показателей 34 магазинов. Определим число групп по формуле Стерджесса: $N = 1 + 3.322 \lg N = 1 + 3.322 \lg 34 = 5$, где N — численность совокупности торговых предприятий (34 организации).

Затем следует определение величины интервала по формуле:

$$h = (X_{\max} - X_{\min})/5 = (1254 - 529)/5 = 725/5 = 145 \text{ руб.},$$

где X_{\max} и X_{\min} соответственно максимальное и минимальное значения издержкоёмкости предприятий.

Таблица 1

Расчёт данных для показателей медианы и моды

Группы по издержкоёмкости, руб.	Число торговых предприятий, m	Центр интервала, X	Xm	Накопленная частота, S	X _{ср} = Xm/m	X - X _{ср}
529-674	18	602,5	10845,0	18+0 = 18		-136
674-819	7	746,5	5225,5	18+7 = 25		8
819-964	4	891,5	3566,0	25+4 = 29		153
964-1109	3	1036,5	3109,5	29+3 = 32		298
1109-1254	2	1181,5	2363,0	32+2 = 34		443
Итого	34	-	25108,5	-	738,5	-

С помощью интерполяции в медианном интервале находим значение медианы:

$$Me = X_{\min} + h * ((\Sigma m/2 - S_m) / m),$$

где X_{\min} — нижняя граница медианного интервала;

h — величина медианного интервала;

$\Sigma m/2$ — половина от общего числа наблюдений;

S_{m-1} — сумма наблюдений, накопленная до начала медианного интервала;

m — число наблюдений.

Используя данные таблицы 1, вычислим величину медианы:

$$Me = 529 + 145 * ((34/2 - 0) / 18) = 665,94 \text{ руб.}$$

Этот показатель свидетельствует о том, что у половины предприятий издержкоёмкость превышает 665,94 руб., половина всего товарооборота производится с учётом 666 руб. на единицу издержек, и 50 % общей суммы издержек обращения образуется при определённом показателе. Заметим также, что наблюдается положительная тенденция к снижению издержкоёмкости, так как $Me = 665,94$ руб., а средний уровень равен 738,5 руб. Для интервального ряда с равными интервалами мода определяется по формуле:

$$Mo = X_{\min} + h * (m_{Mo} - m_{Mo-1}) / (m_{Mo} - m_{Mo-1}) + (m_{Mo} + m_{Mo+1}),$$

где X_{\min} — нижнее значение модального интервала;

h — величина модального интервала;

m_{Mo} — число наблюдений;

m_{Mo-1} — число наблюдений для интервала, предшествующего модальному;

m_{Mo+1} — число наблюдений для интервала, следующего за модальным.

По данным таблицы 1, вычислим величину моды:

$$Mo = 529 + 145 * ((18 - 0) / 18 + (18 - 7) / 18) = 529 + 145 * (18/29) = 619 \text{ руб.}$$

Смысл этой формулы состоит в следующем: величину той части модального интервала, которую нужно прибавить к его минимальной границе, определяют в зависимости от величины частот предшествующего и последующего интервалов. В данном случае к минимальному значению данных 529 прибавляем 90, т. е. больше половины интервала (145/2), потому что частота предшествующего интервала меньше частоты последующего интервала. Таким образом, чаще всего встречаются предприятия с издержкоёмкостью 619 руб.

Соотношение моды, медианы и средней арифметической указывает на характер распределения и его асимметрию. Выполним сравнение показателей:

$$X_{\text{ср}} > Me > Mo = 738,5 \text{ руб.} > 665,94 \text{ руб.} > 619,00 \text{ руб.}$$

$$738,5 - 665,94 = 72,56 \text{ руб. и } 665,94 - 619,00 = 46,94 \text{ руб.}$$

Представленное распределение имеет правостороннюю асимметрию.

Таблица 2

Расчёт данных для показателей отклонений

Группы, руб.	Число, m	$X_{\text{ср}} = X_m/m$	$X - X_{\text{ср}}$	$(X - X_{\text{ср}})^2$	$(X - X_{\text{ср}})^2 * m$
529–674	18		-136	$-136^2 = 18496$	$18496 * 18 = 332928$
674–819	7		8	$8^2 = 64$	$64 * 7 = 448$
819–964	4		153	$153^2 = 23409$	$23409 * 4 = 93636$
964–1109	3		298	$298^2 = 88804$	$88804 * 3 = 266412$
1109–1254	2		443	$443^2 = 196249$	$196249 * 2 = 392498$
Итого	34	738,5	-		1085922

Квадратическое отклонение:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum (X - X_{\text{ср}})^2 * m}{\sum m}} = \sqrt{\frac{1085922}{34}} = 178,7 \text{руб.}$$

На эту величину отклоняются показатели издержкоёмкости анализируемых предприятий.

$$V = \delta * 100 / X_{\text{ср}} = 178,7 * 100 / 738,5 = 24,2 \%$$

Так как 33 % > 24 %, то совокупность показателей однородная.

Асимметрия:

$$A = (X_{\text{ср}} - M_0) / \delta = (738,5 - 619) / 178,7 = 0,668.$$

Определённый показатель значительный и правосторонний.

На основе проведённого анализа можно оценить эффективность использования издержек обращения по сравнению с другими организациями и выполнить планирование.

Литература:

1. Экономика и организация деятельности торговых предприятий. Учебное пособие/Под общ. ред. А. Н. Соломатина. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 295 с.
2. Чернова, Т. В. Экономическая статистика. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1999. — 356 с.

11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

Проблема визуализации информации в структуре сайта дошкольного образовательного учреждения

Казакова Татьяна Леонидовна, магистрант
Алтайская государственная педагогическая академия (г. Барнаул)

В статье рассматриваются особенности визуализации и отбора информации в структуре сайта дошкольного образовательного учреждения (ДОУ) на примере сайта центра детского развития «Барбариски», г. Барнаул.

Ключевые слова: сайт, дизайн, текст, фотографии, информация.

Сайта ДОУ в настоящее время является его визитной карточкой, участвующей в рекламном продвижении детского сада, особенно негосударственного. Поэтому важна проработка дизайна сайта, отбор информации, интересующей родителей и ее оптимальная визуализация в структуре сайта.

Нами был создан сайт для центра детского развития «Барбариски», г. Барнаул [1] и проведено глубинное интервью с 11 респондентами, целью которого было выяснить, насколько полно представлена интересующая потребителей информация на сайте, насколько удачно она визуализирована.

Респондентам предлагалось зайти на сайт и, взглянув на него, не читая текстов, сказать, ясно ли с первого взгляда, для какой фирмы создан сайт и как бы они определили сферу деятельности фирмы в 1–2 предложениях (чем занимается, какие услуги предоставляет).

Не читая текстов, респонденты определили сферу деятельности как связанную с детьми, кто-то смог сделать более развернутые предположения о фирме, кто-то просто сказал, что данный сайт — для детей. Например, Дарья Н. определила фирму как центр развития, в который может попасть каждый, а Алена И. решила, что «фирма занимается 100 % с детьми — либо детский садик, либо развивающие занятия». Предположили также, что это, возможно интернет-магазин детской одежды. Яна А. определила фирму как центр развития или детский дом. На такие мысли ее навел нарисованный домик, некая «крыша» для детей». По мнению Веры М. — это сайт для детей, для детского сада и детской организации, возможно дополнительного развития детей или какого-нибудь центр помощи детям, обучение детей, помощь родителям в воспитании и развитии личности ребенка.

В некоторых ответах на вопрос «Ваши ассоциации в целом на сайт? (не задумываясь, что приходит в голову, когда смотрите на сайт)» присутствовали упоми-

нения про цвет. Например, Анна сказала, что цветовая гамма — приятная, того же мнения были остальные респонденты, сказав, что «цвета приятные, приятно смотреть, цветовая гамма радует глаз», определив что сайт выполнен в нежных тонах, розовый и голубой цвета сразу дает понятие о мальчиках и девочках, о детках в целом». В остальных ответах были именно свободные ассоциации. К примеру, у Веры все, что она увидела на сайте, ассоциируется с «чем-то светлым, с доброжелательным отношением, с заботой, со словом «доброта». У Яны Р. также первая ассоциация была связана со словом «доброта». Следующая группа ассоциаций включает ассоциации, связанные именно с тематикой сайта. А именно были получены такие ассоциации как «игры, праздник, встречи», «лето, детский лагерь, игры, общение детей, радость, легкость», «детский сад, дети».

На вопрос «Привлекает ли внимание оформление сайта?» были получены положительные ответы, тогда был задан вопрос «Что привлекает внимание больше всего? Или на что вы обратили внимание в первую очередь?» Примерно 1/3 респондентов указала, что в первую очередь обратили внимание на фото девочки, картинки по бокам. Например, Анна в первую очередь заметила рисунки, оформление фона, на это же в первую очередь обратили внимание Максим, Павел и Яна Р. Другая часть респондентов обратили внимание на зону логотипа и все, что с ним связано. Маргарита отметила, что очень привлекает внимание название, оно необычное, цветовая гамма логотипа. Андрей охарактеризовал логотип как интересный, веселый, необычный стиль названия и понравился розовый цвет. Яна А. сначала обратила внимание на домик, именно он ассоциируется у нее с праздником, как она отметила, скорее всего, из-за шариков, также Яне понравился цвет фона, его она определила как приятный. Вера также в первую очередь заметила название и определила его как очень яркое и красивое.

Остальная часть отметила также другие элементы, такие как меню, фотографии. Например, Ольга сказала, что «шапка сайта — это самое первое, что бросается в глаза и заинтересовывает, хороший, разборчивый шрифт, понятное меню, все разложено по полочкам, ориентироваться по сайту легко и просто, и есть сопутствующие иллюстрации». Роман сразу обратил внимание на раздел «игры и развитие». На его взгляд, это наиболее актуальная информация. Дарья отметила, что на всех фотографиях детишки улыбаются, с интересом лепят, рисуют, на сайте все подробно описано, чем занимаются дети, видно, что их вкусно кормят, что они просят добавки.

Вопрос «Как бы вы охарактеризовали тексты? Что в текстах привлекает больше всего? (что вас заинтересовало, как потенциального потребителя услуг детского сада)» был задан для выяснения каких-либо недочетов и сбора той информации, которую можно было бы в дальнейшем использовать в текстах рекламных материалов. С позиции этих целей наиболее полезными оказались следующие ответы. Анна сказала, что ее в первую очередь интересует, чем ее ребенок будет заниматься целый день в детском саду, поэтому основное внимание — развивающим занятиям. Потом — в каких условиях ребенок будет находиться это время. По ее мнению, информация о 100 кв.метрах мало помогает. Лучше было бы написать о том, какой этаж, где гуляют, отдельная ли спальня и кухня, как организован санузел и т. п.»

Как считает Маргарита, текст легко читается и воспринимается, много полезной информации. Больше всего понравились идеи игр с ребенком, как потенциального потребителя услуг заинтересовало то, что много разнообразных занятий, есть возможность изучать еще и английский язык, также заинтересовали фотографии. По впечатлениям Ольги, текст абсолютно читабелен, написано просто и легко, интересно читать. Заинтересовало больше всего, во-первых, отношение преподавателей к вопросам воспитания и развития (индивидуальный подход к каждому) и во-вторых, — это большой выбор развивающих занятий. На вопрос «Что бы вы добавили из информации? Что бы вам хотелось еще возможно предварительно знать о детсаде?» большинство ответили, что хотели бы знать больше о воспитателях. Так, Максим сказал, что можно было бы добавить дополнительную информацию о воспитателях, образование, опыт работы, цены. Того же мнения все остальные респонденты. Яна А. также хотела бы иметь возможность стать читателем, т. е. как-нибудь зарегистрироваться на сайте. Романа интересует количество детей в группе, примерный график занятий, и так же какие педагоги будут заниматься с детьми. Ольга сказала, что в принципе, есть вся информация, только можно было бы добавить расписание каждого занятия, на неделю, допустим.

Далее был задан вопрос относительно наличия или отсутствия отличий данного центра детского развития от других детских садов.

Большинство ответов касались «более индивидуального подхода к детям». К примеру, Павел сказал, что

все детские сады хороши по своему, но, по его мнению, в такой сад не страшно отдать своего ребёнка. Потому что в данном детском саду индивидуальный подход к каждому ребёнку. Того же мнения были Анна, Дарья, Ольга. Были также отмечены такие характеристики, как наличие смешанных групп, пребывание детей в детском саду в выходные дни и в вечернее время, об этом упомянул Максим, сказав, что раньше не слышал о наличии в детских садах смешанных групп.

Следующий вопрос касался отношения к представленной на сайте информации в целом: «На ваш взгляд, заслуживает ли доверия данный детский сад и почему? Заслуживает ли доверия информация?». По мнению респондентов, детский сад и сама информация о нем заслуживают доверия, так как все это можно проверить, придя в детский сад. Яна Р. считает, что когда родители придут и сами посмотрят обстановку и воспитателей, сделают свои выводы, а в целом сайт как реклама заинтересовывает. Яна А. также думает, что информация заслуживает доверия, так все это можно проверить: человек поводит ребёнка несколько дней и откажется, если не понравится. Другие опирались на впечатления от фотоотчетов. Например, Маргарита сказала, что «доверия заслуживает, опять же судя по фотографиям — дети на них довольные, ребенка так нарочно не усадишь, и очень нравятся игрушки, игровой зал, у воспитателей лица добрые». Максима подкупает большое количество фотоматериалов. Есть возможность хоть немного «подсмотреть» за детьми. Информация заслуживает доверия по той же причине. У кого — то вызывает доверие уже само наличие у организации сайта. Например, для Ольги организация, имеющая свой сайт, всегда заслуживает доверия, потому что здесь уделяют внимание «потребителю», здесь все наглядно показано, есть информация буквально обо всем.

Затем респондентов просили закрыть сайт и вспомнить, что изображено на главной странице сайта (или на какой-либо другой) и называть все, что сейчас вспомнится, любую деталь, слово, картинку, цвет, в целом ассоциации. Были получены ответы, в которых в основном упоминались цвета, в которых выполнен сайт, составляющие элементы логотипа, фотографии и рисунки на страницах сайта, также некоторые респонденты упомянули про услуги. Например, Максим вспомнил следующее: милые карикатурные детки справа и слева, логотип: дети с воздушными шариками. Фотография девочки на главной странице. Также были получены комментарии по поводу цветов сайта. Например, Ольге больше запомнились нежно-голубой фон (как небо), радостные мальчик с девочкой в домике с крышей из шариков, яркая, но не навязчивая надпись «Барбариски», которая напоминает лето, по краям страницы разные цифры, яркое понятное меню, на главной странице приятное фото улыбающейся девочки, на странице с занятиями различные картинки, характеризующие эти занятия, очень веселые и яркие. Вера также отметила название, цветочки на голубом фоне, фотографию ребенка с улыбкой

на лице, воздушный шарик в названии и домик с мальчиками и девочками. Анна охарактеризовала цвета как яркие. Дарья вспомнила голубой фон, разноцветные шарики, человечков с шариками, травку с цветочками». Роману очень отчетливо запомнилось фото девочки, расположение текста, картинок, а также голубой цвет, шарики, дети на логотипе, программа Монтессори, расположение разделов сайта, расположение на карте, аквариум, прищипки. Роман охарактеризовал все в целом как приятное и красочное.

Далее был задан вопрос «Можете ли вспомнить о чем тексты или что больше всего вам запомнилось из текстов?», чтобы выяснить, что действительно заинтересовало респондентов, посетивших сайт. Как видно из ответов, запомнились больше всего услуги, игры, условия пребывания. Например, Анна сказала, что на главной странице написано что-то об индивидуальном подходе к каждому ребенку, о непринуждении к играм, о театральной студии. Так же запомнилась информация о питании (5-разовое, с овощами с домашнего огорода). О возможности оставить ребенка на выходные по предварительной договоренности». Дарья достаточно точно описала то, что находится на главной странице: забота о детях, развитие детей с помощью разных игр, к каждому индивидуальный подход, то что возраст детей от 1,8 до 7 лет, и в группе до пятнадцати человек. Ольга запомнила основные услуги центра: занятия по технике Монтессори, профилактические занятия лфк, изо, театральная студия, музыка, рисование, лепка, 5-ти разовое питание, 4 комнаты. Роман запомнил, что на

главной сообщается о том, в какой сфере будет воспитываться ребенок, какие занятия, разновозрастные группы, какие подходы к детям используются.

Таким образом, согласно ответам, полученных в ходе интервью можно было сделать несколько выводов, касающихся отбора и визуализации информации в структуре сайта ДООУ:

1) Важен подбор фирменных цветов и применение их оформлении сайта, а также необходим логотип/эмблема ДООУ, что позволит либо заинтересовать потребителя уже с момента посещения сайта, либо оттолкнуть, в зависимости от органичности разработанного дизайна.

2) Родители в первую очередь обращают внимание на информацию, представленную на главной странице, поэтому она должна быть представлена максимально полно, но в то же время достаточно кратко: когда был создан ДООУ, основные услуги, чем отличается данный детский сад от других.

3) Важно использовать как можно больше фотографий детей, моментов их пребывания в детском саду, лучше завести отдельный пункт меню «Фотоальбом», т. к. такая открытость вызывает у родителей доверие к ДООУ.

4) Родителей особенно интересует персонал ДООУ, поэтому можно рассказать о сотрудниках как можно подробнее, стаж, образование, интересы, желательна фотография сотрудника.

5) Также желательна более подробная информация об условиях пребывания в ДООУ, ко всему прочему, например, добавить расписание занятий или распорядка дня.

Литература:

1. Сайт центра детского развития «Барбариски», г. Барнаул: <http://barbariski22.ru>

Брендинг: основные проблемы развития в России

Калмыкова Регина Александровна, студент

Научный руководитель: Галимов Руслан Ренатович, старший преподаватель

Московский государственный машиностроительный университет «МАМИ»

Современная рыночная экономика требует нового взгляда от представителей всех специальностей, в частности и от маркетологов. Особую значимость в этой связи приобретает наличие знаний, связанных с разработкой маркетинговой стратегии и стратегий развития брендов. Это связано с тем, что проблема увеличения количества марок и снижения существенных отличий между ними, хорошо известная потребителям товаров и услуг в странах развитой рыночной экономики, в настоящее время становится все более актуальной для России, при этом основными конкурентами здесь являются зарубежные компании с их продукцией. Стоит отметить, что при этом продукция российских производителей может быть не хуже импортной, но ей не доверяют, либо просто

выбирают более симпатичный вариант. А из этого следует снижение показателей продаж, прибыли и эффективности деятельности в целом.

Брендинг — это то, что сподвигает покупателей приобретать именно ваш товар. И без этого вряд ли удастся добиться каких-то успехов и достичь высокой прибыли. В данной работе рассмотрен брендинг в России и за рубежом, основные отличия и проблемы, то, чему мы могли бы поучиться у наших западных коллег.

Итак, бренд — это своего рода обещание, основополагающая идея, репутация и ожидания, которые складываются в умах людей относительно продукта или компании в целом.

При этом к преимуществам брендинга можно отнести достижение запланированного плана продаж, повышение

узнаваемости товара и марки, возможность стать сильнее по сравнению с конкурентами, разработка и использование собственных, более современных методов и средств производства и продвижения товаров или услуг.

При работе с брендом очень важным является его позиционирование на рынке. Итак, позиционирование — это управление мнением потребителя относительно места (позиции) вашего бренда среди множества различных марок данной или смежной товарной группы. [1, с. 241] Позиционируя свою марку, вы предлагаете потребителю, то место, где будет находиться образ вашего товара в его голове. Основной целью позиционирования является создание у потребителей такого впечатления, что перед ним уникальный, единственный в своем роде товар, что для данной марки не существует равноценной замены. При этом позиция торговой марки развивается годами посредством рекламы, слухов и опыта использования данного товара.

Задачей позиционирования является ни облегчение продажи товара, а упрощение процесса покупки товара той или иной марки для потребителя. Позиционирование марки является неотъемлемой частью целостного образа, который, формируется в потребительском сознании и именуется брендом. Позиционирование базируется на том, как потребители воспринимают и оценивают назначение, пользу и выгоду, качество и надежность, преимущества и прочие характеристики товара. Иначе говоря, позиционирование — это создание для марки такого контекста, в котором связанный с ней выбор будет восприниматься как наилучший среди конкурентных товаров.

Еще один важный момент, которому следует уделить внимание — это идентичность бренда. Любой бренд, чтобы считаться таковым, должен отличаться от своих конкурентов, а для этого требуется определить основные элементы его идентичности.

Как видно из представленной схемы, таких элементов четыре. Это имидж бренда (то, как марку воспринимает потребитель), позиция бренда на рынке (то, каким образом марка контактирует с целевой аудиторией и демонстрирует свое превосходство над конкурирующими брендами), внешняя перспектива (то, что заставляет людей покупать товары именно этой марки), а также концентрация внимания на особенностях товара (на высоком качестве или долговечности и т. д.).

Следующий момент, который прямо связан с определением идентичности, это определение его преимуществ. И он напрямую связан с ассоциациями потребителей. Совершая любую покупку, клиент сравнивает товары, которые совпадают по ряду наиболее важных для него признаков. И именно этот момент необходимо продумать создателям бренда еще до выпуска товара на рынок. Сравнительный контекст необходим, чтобы заявить: наша марка товара лучше, чем остальные. Тем самым внимание покупателей концентрируется на тех преимуществах, которые важны и актуальны при покупке именно этого товара. Многие бренды используют основные преимущества в качестве смыслового ядра своих маркетинговых коммуникаций. Ведь именно прием «отличия—сравнения—преимущества» весьма популярен в построении рекламных компаний многих брендов.

Создание идентичности и определение преимуществ бренда — это один из первых шагов к его созданию и является одной из ключевых процедур, но возможна лишь в том случае, если компания четко определит целевую аудиторию своего продукта и не станет экономить на исследованиях и анализе рынка. Это одна из основных проблем в российском брендинге. А ведь без этих мер нельзя выпустить на рынок не один товар, ожидая при этом высоких результатов.



Рис. 1. Основные элементы идентичности бренда

Источник: составлено автором на основе литературного источника. [3, с. 194]

Говоря о практике брендинга в нашей стране, можно сказать, что она сильно отстает от зарубежной. На нашем рынке почти нет сильных национальных брендов, а это значит, что и выход на мировую арену перекрыт. Многие российские компании и вовсе не имеют представления о том, зачем нужен брендинг. Зачастую этот термин сравним с вывеской магазина или логотипом на пакетах. Но это совсем не так. Бренд охватывает все сферы продукта, начиная с его качества и заканчивая путями продвижения, PR, рекламой и сбытовыми стратегиями.

Анализируя российскую практику бренд-менеджмента, можно с уверенностью утверждать, что наиболее «слабым местом» для российских производителей является разработка грамотной и эффективной бренд-стратегии, которая отвечает за создание философии бренда, нейминг, логотип, фирменный стиль и стратегию продвижения. Большинство разрабатываемых брендов так и остаются существовать внутри компании, не покидая кабинетов маркетолога и не находя отклика в сердцах клиентов. При разработке бренда маркетологи часто допускают грубейшую ошибку еще на первых этапах, когда начинается проектировка бренда, которая заключается в определении целевой аудитории потребителей. По мнению таких маркетологов, товар подойдет людям в возрасте от 18 до 45 лет. А это означает только то, что он не сможет полностью удовлетворить ни одну из частей этой большой группы. [5]

Сегодня в России существует нехватка действительно талантливых и креативных кадров в сфере маркетинга. Здесь можно даже сказать, что наше образование в большинстве своем устарело и не отражает истинных, со-

временных путей продвижения продукции. Интернет технологии с каждым днем набирают обороты, а интернет-маркетинг стал огромной многомиллиардной индустрией, которая очень востребована в качестве способа продвижения, но на это никто почему-то не делает упор.

Брендингу в нашей стране определенно есть куда расти, поскольку для нас это понятие открылось сравнительно недавно и не использовалось столь широко до этого. Мы легко можем брать пример с зарубежных компаний, поскольку их рынок очень хорошо развит в этом направлении, они имеют большой опыт в проведение исследований в этой сфере, продвижении брендов и их создании.

При этом стоит отметить, что бренд и пути его продвижения в разных странах будут разными. Это обусловлено культурной, языковой, социальной и экономической разницей. И говоря о российских реалиях, нужно учитывать, что у нас есть свой особый менталитет, который не позволяет применять уже существующие зарубежные стратегии на нашем рынке. Но это не означает, что мы не можем использовать стратегии продвижения и прочие методики уже разработанные зарубежными маркетологами. Опираясь на уже существующий опыт зарубежных коллег, российские компании способны вывести свои бренды на мировой уровень, стоит только помнить, что необходим комплексный подход (качество, дизайн, удобство, четкое определение целевой аудитории и своего рынка сбыта), хорошие финансовые вложения, регулярное отслеживание современных тенденций, конкурентной среды и особая «изюминка» товара, которая способна впечатлить потребителей по всему миру и заставить их поверить именно в наши бренды.

Литература:

1. Голубков, Е. — Маркетинг для профессионалов. Практический курс. Учебник и практикум, М.:ЮРАЙТ, 2014 г. — с. 480.
2. Коллинз Джим — От хорошего к великому. Почему одни совершают прорыв, а другие нет, М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013 г. — с. 305.
3. Коллинз Джим, Хансен Мортен — Великие по собственному выбору, М.:Манн, Иванов и Фербер, 2013 г. — С.437.
4. Форд Мартин — Технологии, которые изменят мир, М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014 г. — с. 253.
5. http://www.ihsbm.ru/ihsbm/article/branding_today/ — International Higher School of Brand Management and Marketing «Брендинг сегодня: кризис пройдет, а бренд останется»
6. <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/> — «Онлайн-энциклопедия Маркетинга»

12. СТАНДАРТИЗАЦИЯ, МЕТРОЛОГИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ

Сравнительный анализ показателей безопасности мясных полуфабрикатов

Вайскрובה Евгения Сергеевна, кандидат технических наук, доцент;

Шапошникова Яна Юрьевна, студент

Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова (Челябинская область)

На прилавках современных магазинов сегодня можно увидеть огромный ассортимент самых разнообразных мясных продуктов, причем, как в сыром, так и в готовом виде. Очевидно, что они являются очень важным элементом для человеческого организма. Следовательно, качество и безопасность мяса и мясной продукции должны быть на самом высоком уровне. Чтобы добиться высокого качества поставляемой на рынок мясной продукции, довольно много специалистов в области пищевой безопасности проводят большую работу, тесно сотрудничая с субъектами сельскохозяйственного производства, с контролирующими органами и другими лицами, отвечающими за качество и безопасность реализуемого мяса [6].

Безопасность мяса и мясной продукции обеспечивается соблюдением комплекса ветеринарно-санитарных, санитарно-эпидемиологических требований, и положений производственного контроля, режимов технологических процессов производства, мониторинга и контроля в критических точках на всех этапах жизненного цикла продукции [2].

В Российской Федерации вся мясная продукция и сырое мясо поступают на перерабатывающие предприятия и на реализацию потребителям только в сопровождении ветеринарных свидетельств, в которых подтверждается благополучие региона, из которого доставлена продукция, в плане инфекционных заболеваний. Кроме того, в документах должна быть информация о проводимых профилактических мероприятиях. Данные документы и подтверждают качество и безопасность мясной продукции [6].

Мясо на российские рынки может поступать как непосредственно из отечественных хозяйств, так и из-за границы. Поэтому существуют специальные службы, которые контролируют безопасность мяса и мясной продукции, как отечественного, так и импортного производства. В специальных лабораториях проводится тщательный контроль образцов продукции, также проводятся регулярные инспекционные проверки в местах реализации мяса и на производствах. Во время забоя животных, ветеринарные службы контролируют общее состояние животного, состояние внутренних органов после забоя,

лимфатических узлов, а также проводят проверку на наличие инфекционных заболеваний [3].

Показатели безопасности мясной продукции, полуфабрикатов и сырого мяса строго регламентируются соответствующими Техническими регламентами. Существуют единые нормы, которые определяют степень и возможность содержания в мясе опасных и вредных веществ для различных видов и сортов мясных продуктов [2].

До недавнего времени определение показателей безопасности мясных полуфабрикатов осуществляли в соответствии с СанПиН 2.3.2.1078–01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов», который содержал следующие показатели: токсичные элементы (таблица 1), микробиологические показатели (таблица 2), пищевая ценность (таблица 3) [7].

С введением ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» показатели безопасности стали определять по данному документу.

В настоящее время пользуются Техническим регламентом Таможенного союза 034/2013 «О безопасности мяса и мясной продукции». Оценка безопасности любого вида мяса и мясных продуктов проводится по микробиологическим показателям таким, как: КМАФАнМ — количество мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов; БГКП — бактерии группы кишечной палочки, наличие патогенных и условно патогенных, в том числе сальмонелл, а также дрожжи и плесени [5].

Для мяса, в том числе полуфабрикатов, парных, охлажденных, подмороженных и замороженных, установлены единые нормы содержания токсичных элементов (свинец, мышьяк, кадмий, ртуть, медь, цинк); антибиотиков; пестицидов (гексахлорциклопексан — а-, b-, g-изомеры, ДДТ и его метаболиты), также нормы по содержанию радионуклидов (цезия-137 и стронция-90) [4].

Проведя сравнительный анализ показателей безопасности мясных полуфабрикатов по нормативным документам таким, как: ТР ТС 034/2013 «О безопасности мяса и мясной продукции», ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» и СанПиН 2.3.2.1078–01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой цен-

Таблица 1

Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов

Индекс, группа продуктов	Показатели	Допустимые уровни, мг/кг, не более	Примечание	
1.1.1. Мясо, в том числе полуфабрикаты, парные, охлажденные, подмороженные, замороженные (все виды убойных, промысловых и диких животных)	Токсичные элементы:			
	свинец	0,5		
	мышьяк	0,1		
	кадмий	0,05		
	ртуть	0,03		
	Антибиотики*:			кроме диких животных
	левомицетин	не допускается		< 0,01
	тетрациклиновая группа	не допускается		< 0,01 ед/г
	грисин	не допускается		< 0,5 ед/г
	бацитрацин	не допускается		< 0,02 ед/г
	Пестициды**:			
	гексахлорциклогексан (α, β, γ-изомеры)		0,1	
	ДДТ и его метаболиты		0,1	
	Радионуклиды:			
			160	Бк/кг, мясо без костей
	цезий-137		320	то же, оленина без костей, мясо диких животных без костей
			160	то же, кости (все виды)
			50	Бк/кг, мясо без костей
стронций-90		100	то же, оленина без костей, мясо диких животных без костей	
		200	то же, кости (все виды)	

Таблица 2

Микробиологические показатели

Индекс, группа продуктов	КМАФАнМ, КОЕ/г, не более	Масса продукта (г), в которой не допускается		Дрожжи, КОЕ/г, не более	Плесени, КОЕ/г, не более	Примечание
		БГКП (коли-формы)	Патогенные, в т. ч. сальмонеллы			
1.1.1.4. Полуфабрикаты мясные рубленые (охлажденные, замороженные):						
— формованные, в т. ч. панированные	$5 \cdot 10^6$	0,0001	25	-	500*	L. monocytogenes в 25 г не допускаются;
— полуфабрикаты в тестовой оболочке, фаршированные (голубцы, кабачки)	$2 \cdot 10^6$	0,0001	25	-	500*	L. monocytogenes в 25 г не допускаются;
— фарш говяжий, свиной, из мяса других убойных животных	$5 \cdot 10^6$	0,0001	25	-	-	L. monocytogenes в 25 г не допускаются
1.1.1.5. Полуфабрикаты мясокопные (крупнокусковые, порционные, мелкокусковые)	$5 \cdot 10^6$	0,0001	25	-	-	L. monocytogenes в 25 г не допускаются
* для полуфабрикатов, панированных со сроком годности более 1 месяца						

Таблица 3

Пищевая ценность полуфабрикатов (в 100 г продукта)

Критерии и показатели	Единицы измерения	Допустимые уровни		Примечание
		нормируемые	маркируемые	
Белок	г, не менее	10	+	
Жир	г	14–20	+	
Энергетическая ценность	ккал	165–220	+	
Поваренная соль	г, не более	0,9	+	

ности пищевых продуктов» было выявлено, что изменений по наименованиям и нормируемым значениям показателей безопасности не было внесено [3].

В современных условиях, когда происходит значительное расширение торговых связей, особое внимание уделяется качеству и безопасности товаров, поступа-

ющих на рынок. Обеспечение соответствия продукции стандартам РФ, Техническим регламентам Таможенного союза, оценка соответствия, контроль и надзор уполномоченных органов, их взаимодействие с отечественными производителями и продавцами — все это в комплексе может гарантировать безопасность продукции потребителям [1].

Литература:

1. Шапошникова, Я. Ю., Вайскрובה Е. С. Новые требования к мясной продукции в рамках Таможенного союза [Текст] // Поколение будущего: взгляд молодых ученых: Материалы 2-ой международной молодежной научной конференции: Изд-во Юго-Западного гос. ун-та, 2013. — с. 356–358.
2. Шапошникова, Я. Ю., Вайскрובה Е. С. Система ХАССП-МЯСО для мясоперерабатывающей промышленности [Текст] // Современные инновации в науке и технике: Сборник науч. трудов 4-ой Международной научно-практической конференции: Изд-во Юго-Западного гос. ун-та, 2014. — с. 358–361.
3. Шапошникова, Я. Ю., Вайскрובה Е. С. Мясоперерабатывающие предприятия в рамках Таможенного союза [Текст] // Качество продукции, технологий и образования: Материалы 9-ой Международной научно-практической конференции: Изд-во Магнитогорского гос. тех. ун-та, 2014. — с. 15–18.
4. Антипова, Л. В. Методы исследования мяса и мясных продуктов [Текст] / Л. В. Антипова, И. А. Глотова, И. А. Рогов. — М.: Колос, 2001. — 571 с.
5. Технический регламент Таможенного союза ТС 034/2013 «О безопасности мяса и мясной продукции» [Текст].
6. Теоретические основы товароведения [Текст]: Учебник для вузов. — М.: Норма, 2006. — 448 с.
7. СанПиН 2.3.2.1078–01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов» [Текст].

Новая версия международного стандарта ISO 9001:2015

Корягина Ксения Александровна, магистрант
Казахско-Американский университет (г. Алматы)

Происходят существенные изменения в мировой практике менеджмента, окружающей деловой среде, накапливаются новые знания, в связи с этим выходит новое издание стандарта качества ИСО 9001:2015.

Ключевые слова: менеджмент качества, ИСО 9001:2015, система менеджмента бизнеса.

Почти тридцать лет прошло с момента появления первоначального издания международного стандарта ISO 9000, устанавливающего требования к системам менеджмента качества организаций. Уже в 2015 году выйдет в свет пятое издание данного стандарта. Стандарт

ISO 9000 за тридцатилетний период существования заслужил международное признание на всех континентах мира.

Появление пятого издания ISO 9001 вызвано несколькими причинами:

Во-первых, за прошедший период произошли существенные изменения в мировой практике менеджмента, окружающей деловой среде, накоплены новые знания.

Во-вторых, появились новые стандарты на системы менеджмента, что вызвало необходимость в создании единого подхода.

В-третьих, есть некоторые «рудименты», с которыми необходимо расстаться, чтобы двигаться дальше. Например, как «обязательные документированные процедуры» и «документированное руководство по качеству».

В-четвертых, единственный стандарт систем менеджмента, который не использует риск-менеджмент, был ИСО 9001. В целом получилось так, что стартовав первым, ИСО 9001 оказался в конце, отстав от других аналогичных стандартов менеджмента из-за своей устаревшей структуры.

В-пятых, нужна и вертикальная интеграция менеджмента организации. Система менеджмента качества должна соответствовать общей стратегии организации, т. е. ее бизнес-планам, а не быть отдельной автономной частью организации. [2, с. 19]

Подготовка версии FDIS (Final Draft International Standard — Окончательный Проект Международного Стандарта) стандарта ISO 9001:2015 планируется проводиться в январе 2015 года, а уже в сентябре предполагается принятие и утверждение окончательной версии.

Ключевым изменениям подверглась структура нового стандарта. В таблице 1 представлены отличительные особенности структур ИСО 9001:2008 и ИСО 9001:2015.

Таблица 1

Структуры стандартов ИСО 9001:2008 и ИСО 9001:2015 в сравнении

ИСО 9001:2008	ИСО 9001:2015
0 Введение	
1 Область применения	
2 Нормативные ссылки	
3 Термины и определения	
4 Система менеджмента качества	4 Организационная среда
5 Ответственность руководства	5 Лидерство
	6 Планирование
6 Менеджмент ресурсов	7 Поддержание
7 Выпуск продукции	8 Операции
8 Измерение, анализ и улучшение	9 Оценивание показателей
	10 Улучшение

Опираясь на данные Системы Международной Сертификации (System of International Certification) можно проследить изменения и дополнения в требованиях ISO 9001:2015 относительно предыдущей версии стандарта:

Раздел 0. Введение. Содержит общие сведения об ISO, стандартах ISO серии 9000, процессном подходе, цикле PDCA, управлении рисками, взаимосвязи стандарта ISO 9001:2015 со стандартами на другие системы менеджмента.

Раздел 1. Область применения. В этом разделе указана область применения стандарта ISO 9001:2015. В сравнении с версией 2008 года область применения осталась та же.

Раздел 2. Нормативные ссылки. В этом разделе указываются ссылки на взаимосвязанные стандарты.

Раздел 3. Термины и определения. Этот раздел содержит термины и определения, применяемые в стандарте. Многие из терминов стандарта входят в новую версию стандарта ISO 9000:2014. [3]

Раздел 4. Окружение организации

Таблица 2

Изменения в составных частях «Раздела 4»

<p>4.1 Понимание организации и ее окружения. В этом разделе стандарт требует определить внутренние и внешние условия работы организации (её окружение), которые влияют на результат работы и на систему менеджмента качества.</p>	<p>4.2 Понимание потребностей и ожиданий заинтересованных сторон. От организации требуется определить заинтересованные стороны, которые оказывают влияние на систему менеджмента качества, определить требования заинтересованных сторон и осуществлять регулярный мониторинг этих требований.</p>
--	---

<p>4.3 Область действия системы менеджмента качества. Организация должна определить границы применения системы менеджмента качества. Границы применения должны быть документально определены.</p>	<p>4.4 Система менеджмента качества и процессы организации. Этот раздел во многом схож с разделом 4.1 версии стандарта ISO 9001:2008. Организация должна определить процессы, необходимые для системы менеджмента качества и управлять этими процессами. Дополнительно организация должна определить риски и возможности каждого процесса.</p>
--	---

Раздел 5. Лидерство

Таблица 3

Изменения в составных частях «Раздела 5»

<p>5.1 Лидерство и обязательства. Раздел включает в себя требования к высшему руководству организации. Высшее руководство должно демонстрировать свое лидерство в системе менеджмента качества и взять на себя обязательства по внедрению и управлению этой системой. Другой составляющей лидерства и обязательства высшего руководства является демонстрация приверженности ориентации на заказчика.</p>	<p>5.2 Политика в области качества. Аналогично требованиям ISO 9001:2008 высшее руководство должно разрабатывать, анализировать и пересматривать политику в области качества. Политика в области качества должна быть документирована.</p>
<p>5.3 Роли, ответственность и полномочия в организации. Требования этого раздела обязывают высшее руководство организации определить ответственность и полномочия и распределить необходимые роли в организации для работы системы менеджмента качества, исполнения процессов, и выполнения требований потребителей.</p>	

Раздел 6. Планирование системы менеджмента качества.

Таблица 4

Изменения в составных частях «Раздела 6»

<p>6.1 Действия по реагированию на риски и возможности. Это принципиально новый блок требований ISO 9001:2015. Организация должна определить риски и возможности, которые способны повлиять на систему менеджмента качества и результаты работы организации. Также требуется создать план реагирования на риски и возможности.</p>	<p>6.2 Цели в области качества и планирование достижения целей. Организация должна устанавливать цели в области качества для всех уровней, функций и процессов. Для достижения целей должны быть разработаны планы и определены мероприятия.</p>
<p>6.3 Планирование изменений. Если организация определит необходимость в изменениях системы менеджмента качества, то такие изменения должны выполняться в соответствии с разработанными планами.</p>	

Раздел 7. Обеспечение

Таблица 5

Изменения в составных частях «Раздела 7»

<p>7.1 Ресурсы. Раздел представляет общие требования по управлению ресурсами, требования по управлению человеческими ресурсами, инфраструктурой и производственной средой, ресурсами для проведения мониторинга и измерений, а также требования по управлению знаниями.</p>	<p>7.2 Компетенции. По своему содержанию, требования данного раздела схожи с требованиями п. п. 6.2 стандарта ISO 9001:2008. Он содержит в себе требования к компетенции персонала организации.</p>
--	--

7.3 Осведомленность. Здесь ISO 9001:2015 устанавливает требования к осведомленности персонала по вопросам политики и целей в области качества, результативности системы менеджмента качества и выполнению требований системы менеджмента качества.	7.4 Взаимодействия. Этот раздел стандарта ISO 9001:2015 требует от организации определить внешние и внутренние взаимодействия, которые могут повлиять на систему менеджмента качества.
7.5 Документированная информация. Стандарт ISO 9001:2015 вводит новое понятие, которое заменяет собой применяющиеся в версии 2008 г. понятия «документированная процедура» и «записи». Раздел содержит общие требования к документированной информации, требования к ее созданию и обновлению, а также требования по управлению документированной информацией.	

Раздел 8. Процессы

Таблица 6

Изменения в составных частях «Раздела 8»

8.1 Планирование и управление процессами. Организация должна планировать, применять и управлять процессами, необходимыми для системы менеджмента качества.	8.2 Определение требований к продукции и услугам. Организация должна определить и установить процессы взаимодействия с заказчиками, определить требования, связанные с продукцией и услугами и проводить регулярный анализ требований, связанных с продукцией и услугами. Для выполнения этих требований должны быть определены и соответствующие процессы.
8.3 Разработка и проектирование продукции и услуг. В этом разделе представлены общие требования по проектированию и разработке, требования по планированию проектирования и разработки, проектированию и разработке входных данных, проектированию и разработке методов контроля, проектированию и разработке выходных данных, проектированию и разработке изменений.	8.4 Управление внешним обеспечением продукции и услуг. Аналогично требованиям раздела 7.4 стандарта ISO 9001:2008. В раздел включены общие требования по управлению внешним обеспечением, требования к виду и степени управления внешним обеспечением, требования по управлению информацией по внешнему обеспечению.
8.5 Сохранение продукции и услуг. Содержит требования по управлению готовой продукцией и услугами, требования по идентификации и прослеживаемости, сохранению собственности заказчика или внешнего поставщика, защите продукции и действиям после поставки, а также по управлению изменениями продукции.	8.6 Выпуск продукции и предоставление услуг. Определены требования по выполнению действий до поставки продукции заказчика.
8.7 Управление несоответствующими процессами, продукцией или услугами. Содержит необходимые действия организации в случае возникновения несоответствий в процессах, продукции или услугах.	

Раздел 9. Проведение оценки

Таблица 7

Изменения в составных частях «Раздела 9»

9.1 Мониторинг, измерения, анализ и оценка. Включены общие требования по проведению мониторинга, измерений, анализу и оценке, требования по измерению удовлетворенности заказчиков, а также требования по анализу и оценке работы организации и системы менеджмента качества.	9.2 Внутренний аудит. Представлены требования по планированию, организации и проведению внутренних аудит. В целом, требования данного раздела схожи с требованиями п. 8.2.2 стандарта ISO 9001:2008.
9.3 Анализ системы менеджмента. Раздел содержит требования к высшему руководству организации. Высшее руководство должно планировать и регулярно проводить анализ системы менеджмента организации.	

Раздел 10. Улучшения

Таблица 8

Изменения в составных частях «Раздела 10»

10.1 Общие требования. Определены требования по проведению улучшений в процессах, продукции и услугах, а также системе менеджмента качества организации.	10.2 Несоответствия и корректирующие действия. Здесь представлены требования по действиям организации в случае обнаружения несоответствий. Также, этот раздел определяет необходимость проведения корректирующих действий.
10.3 Непрерывное улучшение. Требования этого раздела обязывают организацию использовать свои возможности для непрерывного совершенствования результатов работы и системы менеджмента качества.	

Таким образом, ключевым изменением в новой версии стандарта ISO 9001:2015 является замена предупреждающих действий предшествующего стандарта на управление рисками. На смену ISO 9001:2008, как стандарту менеджмента качества, водворяется ISO 9001:2015, по-

зиционирующийся как стандарт для систем менеджмента бизнеса. Новый стандарт организация может использовать как инструмент управления бизнесом для увеличения ценности, улучшения своей работы и снижения рисков.

Литература:

1. Бердалиев, К. Б. Менеджмент: курс лекций — Алматы: Экономика, 2005. — 238 с.
2. Бизнес-журнал Казахстана «Успех-Success» (20 сентября 2014) — Статья «Новая версия международного стандарта ИСО 9001:2015»
3. Интернет портал Системы Международной Сертификации (System of International Certification) — статья «Новая версия международного стандарта ISO 9001:2015» от 16 сентября 2014 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.register-sic.com
4. Сайт АО «Национальный центр экспертизы и сертификации» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.naseks.kz

13. ЭКОНОМИКА ТРУДА

Д. Норт: «Теория институтов». Социально-культурные детерминанты в рамках профессиональной карьеры на современном этапе

Маслова Светлана Юрьевна, аспирант
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

По мысли Д. Норта, рынок — это сложное и неоднозначное явление. Он представляет собой структуру, охватывающую различные институты: законы, правила игры и, что наиболее важно, определенные кодексы поведения, типы отношений и связей. Институты, согласно Д. Норту, — это набор правил, процедура соответствий, моральное и этическое поведение индивидуумов в интересах максимизации дохода. Институты — это разработанные людьми формальные (законы, конституции) и неформальные (договоры и добровольно принятые кодексы поведения) ограничения, а также факторы принуждения, структурирующие их взаимодействие [1].

Все вместе они образуют побудительную структуру общества и экономики. Институциональное развитие экономики происходит под влиянием взаимодействия между институтами и организациями, когда первые определяют «правила игры», а вторые являются «игроками». Новые институты, согласно Д. Норту, появляются, когда общество усматривает возможность получения дохода, который не может быть получен в условиях сложившейся институциональной системы. Иными словами, если производственные факторы предоставляют возможность увеличения дохода, а институциональные — этому препятствуют, то велики шансы возникновения новых институтов. Д. Норт показал, что организационные факторы играют более важную роль, чем технические, поскольку ведут к изменению институтов, которые, в свою очередь, оказывают существенное влияние на развитие экономики [1].

Технические изменения и другие считающиеся важными факторы экономического развития рассматриваются Д. Нортом как недостаточные: являясь составляющей процесса роста, сами по себе они не могут его объяснить. Ключом к экономическому росту является эффективная организация экономики. В своих работах Д. Норт ставит фундаментальный вопрос: почему некоторые страны богаты, а другие — бедны. И отвечает: «Институты создают базовые структуры, с помощью которых люди на протяжении всей истории добились порядка и таким образом снизили степень своей неуверенности/ Используя технику, они определяют стоимость операций и преобразований и, следовательно, рента-

бельность и обоснованность экономической активности». Крупные институциональные изменения происходят медленно, так как институты являются результатом исторических перемен, формирующих индивидуальное поведение. Чем выше институциональная неуверенность, тем выше становятся затраты по операциям [1].

В книге «Институты, институциональные изменения и функционирование экономики», опубликованной на русском языке в 1997 г., Д. Норт, развивая свою теорию, пересматривает понятие рациональности. Он делает особый акцент на двух концептуальных проблемах: одна из них возникает при восприятии человеком мира с его множеством фактов, другая — при сортировке этих фактов по важности и расчете оптимального выбора. Анализ ведет к глубокому пониманию роли институтов в решении этих проблем [2].

Принципиальное значение и актуальность сохраняют выводы из теории новой институциональной экономики, сформулированные Д. Нортом. Суть выводов сводится к следующему:

1. Если законы могут быть изменены в течение короткого времени, то неформальные нормы меняются постепенно.

Именно такие нормы создают легитимную основу для действия законов, а революционные изменения последних часто приводят к результатам, отличающимся от ожидаемых. Страны, которые принимают законы, пригодные для других экономических условий, для других неформальных норм и побудительных факторов, приобретают совсем не то направление развития, что имеют государства, откуда эти законы заимствованы.

2. Функционирование экономики в значительной степени определяется государственным устройством, формирующим экономические законы, создающим и обеспечивающим эффективные права собственности и влияющим на политику развития.

При этом существует объективная необходимость соблюдения определенных условий: а) политические институты сохраняют стабильность, если их поддерживают организации, заинтересованные в их неизменности; б) для успешного осуществления реформ необходимо изменение институциональной системы; в) модификация норм по-

ведения, поддерживающих и легитимизирующих новые законы, является длительным процессом, и при отсутствии такого побудительного механизма государственное устройство не может быть стабильным; г) в долгосрочной перспективе экономический рост требует разработки законов и правил; д) неформальные ограничения иногда (но в краткие периоды) могут обеспечивать экономический рост даже при неблагоприятных или нестабильных законах [2].

3. Эффективные политико-экономические системы формируют гибкие институциональные структуры, способные переживать шоки и перемены и являющиеся фактором успешного развития.

Однако формирование этих систем является результатом длительного процесса; создание же эффективных систем, рассчитанных на краткосрочную перспективу, требует в каждом случае специальных исследований и разработок. Новая институциональная экономика, по мнению Д. Норта, должна своевременно учитывать формальные и неформальные правила и нормы, существующие в обществе, использовать их при решении ряда проблем, а также при построении профессиональной карьеры. Остановимся подробнее на внешних социальных, ситуационных детерминантах и выделим наиболее интересные из последних исследований в современном исследовании карьеры [2].

1. Социальные ситуационные факторы

Во многих работах авторов выделяется фактор влияния семьи человека на последующее карьерное поведение. Здесь изучается влияние той или иной внутрисемейной культуры, проповедуемых семейных ценностей, воспитания в семье с матерью — или отцом-одиночками, авторитарность или демократичность семейной атмосферы, детские конфликты с родителями и пр. Роль этих переменных нельзя не учитывать в индивидуалистических культурах, но особенно, по мысли авторов, влияние семьи не может быть недооценено в коллективистических культурах, где карьерный и жизненный путь ребенка может быть предопределен уже с его рождения. [3]

В таких культурах успешность выстраиваемой карьеры зачастую находится в зависимости от внешнего критерия, в качестве которого может выступать объективно достигнутые членами семьи результаты в их продвижении по карьерной лестнице. Так, успешность карьерных достижений каждого члена семьи познается в сравнении с аналогичными достижениями других ее членов. Субъективным критериям успешности в таких культурах, как правило, уделяется мало внимания. Также не менее важным жизненным обстоятельством является среда (в широком смысле слова), в которой воспитывается молодой человек [3].

Бедность и маргинальность условий существенно ограничивают свободу принимаемых карьерных решений. Тяжелые стартовые условия плохо сказываются на объек-

тивных показателях успешности карьеры, но при этом, согласно непроверенным гипотезам исследователей, могут не влиять негативно на ощущение субъективной успешности выстраиваемой карьеры. Особым классом изучаемых внешних социальных факторов является влияние религии и связанных с ней общественных институтов. Рассмотрение этой проблематики осложняет то, что фактор религии может считаться как внешним, так и внутренним по отношению к индивиду в зависимости от степени осознанности принятия тех или иных духовных и религиозных постулатов [3].

Интересно, что во многих религиях вера в божественное предопределение своего пути (и, соответственно, в том числе карьеры) может выражаться в сознательном недооценивании роли свободного выбора вплоть до отказа от него. Однако если к таким фатальным последствиям для карьерного пути человека в современном мире религия приводит нечасто, то влияние ее на ориентацию на осознание значимости выполняемой работы в контексте общего духовного развития нельзя упускать из внимания. Исследователи выделяют так называемый фактор духовного призвания как одну из важнейших детерминант выбора жизненного пути человека. В сфере, где фактор духовного призвания оказывается одним из ведущих при реализации карьерного пути, главенствующими можно назвать именно субъективные показатели внутренней удовлетворенности собственной карьерой. Практически все современные исследователи карьерных процессов сходятся на том, что профессиональная воля, понимаемая как индивидуальная способность делать свободные карьерные выборы, включая выбор первой профессии и все последующие карьерные решения, является более важной детерминантой успешного карьерного развития, нежели внешние ситуационные переменные [3].

Предполагается, что именно индивидуально-личностные и организационные факторы (по типологии Молл) или межличностные отношения, мотивационные факторы, характеристики личности и организации (по типологии Гринхауса) являются центральными с точки зрения влияния на успешность карьеры [3].

2. Организационные факторы

Тот факт, что организации влияют на карьерную динамику и ее содержание, является аксиоматичным для всех исследователей. Организационная психология в целом выделяет большое количество переменных, влияющих на организационное поведение индивида, а вместе с ним и на карьеру. Организационная власть и аспекты руководства и лидерства, организационные циклы и стадии развития, влияние группы и ролевая идентификация, коммуникация и особенности отбора персонала в группе — эти и многие другие организационные детерминанты, безусловно, являются в той или иной степени факторами карьерного продвижения сотрудника [4].

Однако, как и в случае с личностными особенностями, влияние каждой отдельной переменной не может дать нам общей картины влияния организации на успешность карьеры ее сотрудника. Следуя данной логике, попытаемся выделить наиболее общие теоретические конструкты, с одной стороны, включающие в себя базовые основополагающие характеристики организации, а с другой — влияющие на карьерные процессы. Одним из наиболее интересных организационных феноменов, удовлетворяющих данным критериям, является феномен организационной культуры, объединяющий базовые предположения, связанные с видением окружающей среды, ценностные ориентации и символику организации. О влиянии типа организационной культуры на организационное поведение сотрудников написано много классических исследовательских работ. Однако лишь некоторые конкретные существующие на данный момент теоретические положения связаны напрямую с карьерными процессами [4].

Схожий механизм заложен и в гораздо более традиционную классификацию Камерона и Куинна, в которой они прямо выделяют те или иные мотивационные паттерны карьерного продвижения, используемые в рамках той или иной организационной культуры. Аналогично в рамках отдельных исследований предпринимаются попытки сопоставления тех или иных организационных культур с личностными чертами сотрудников и, как следствие, с успешностью выстраиваемых карьер [4].

Так, британский исследователь П. Варр с коллегами взяли за основу своего исследования модель соответствия организационной культуры и личностных черт Б. Шнайдера, выдвигающую следующие тезисы. Во-первых, индивиды по-разному привлекаются разными типами организационных культур исходя из их личностных особенностей; во-вторых, во время процедуры отбора кадров соискатели должны продемонстрировать схожесть этих самых особенностей; и, в-третьих, если сотрудник, работающий в организации, по какой-то причине не может продемонстрировать эту схожесть организации — он ее покидает [5].

При этом Варр отмечает, что исследования, проводившиеся в этой сфере, как правило, обладали тремя особенностями. Во-первых, сама организационная культура рассматривалась не комплексно, а как набор шкал, которые респонденты могли бы предпочесть в рамках своего потенциального карьерного пути, и анализировалась взаимосвязь личностных черт и предпочтений этих шкал, что являлось дроблением и упрощением понятия организационной культуры. Во-вторых, классической выборкой для подобного рода исследований становились не реально работающие люди — представители различных организационных культур, а студенты, что снижало валидность данных работ. В-третьих, изучение данной проблематики, в основном, происходило в США, что снижало экологическую валидность полученных результатов [5].

3. Индивидуально-личностные факторы

Приведу краткий анализ связи мотивационных характеристик с карьерными процессами. Мак-Клелланд выделяет в качестве одного из важнейших мотивов мотив достижения, а в качестве условий, обеспечивающих его высокий уровень, — персональную ответственность за какое-то дело, наличие обратной связи о результатах выполняемого задания и наличие сложной, но достижимой цели [6].

Для различных сотрудников мотивация достижения может операционализироваться в различных сферах, например в финансах. Близкой к мотивации достижения, согласно МакКлелланду, выступает мотивация власти, также в построении карьеры может быть важен мотив аффилиации (причастности). Положительная связь мотивации достижения с позитивной карьерной динамикой была показана во многих исследованиях. В других работах авторами предлагаются более специфичные для данной области мотивационные конструкты. Однако данные схемы представляются чрезмерным упрощением реальных мотивационных конструктов. Мотивацию к построению карьеры как отдельный конструкт выделяют и другие исследователи. В этом контексте нельзя назвать сенсационным тот факт, что низкая мотивация карьерного продвижения естественным образом негативно сказывается на самом факте продвижения. Отдельная категория мотивов — это, собственно, мотивация к трудовой деятельности как самоценностная независимая мотивация и мотивация к собственному развитию [6].

Молл отмечает, что если мотивация карьерного роста формируется только на основе этой потребности, то карьерное продвижение рассматривается сотрудником как средство личностного развития. То есть мотивация карьерного развития, так или иначе может стать в центр исследований внутренней стороны карьеры, или так и называемой некоторыми авторами «субъективной карьеры» [6].

Таким образом, вне зависимости от того, что лежит в центре желания карьерного роста, согласно многим исследованиям, сам факт карьерного успеха будет более вероятным при наличии определенных, присущих сотруднику, личностных характеристик.

В этом плане история исследований развивалась в сторону от проведения корреляций между отдельными личностными характеристиками и степенью карьерного успеха к попыткам выделения более глобальных личностных конструктов и анализу их связей с карьерными процессами. Так, во многих исследованиях была выявлена негативная роль экстерналистского локуса контроля, боязни успеха и неудачи, избегания риска. С другой стороны, на карьерный успех «работают» неконформизм, активность, мотивация достижения. Роберт Бретц в качестве личностных предикторов успешной карьеры выделял уверенность, энергичность, инициативность, эмоциональную стабильность, устойчивость к стрессу, интернальный

локус контроля. Р. Брокхаус провел лонгитюдное исследование личностных факторов успеха предпринимателей: в группе успешных предпринимателей он выявил важную роль интернального локуса контроля, благоприятности отношений в семье, но при этом в двух группах не было различий по склонности к риску. Т. Харрелл и Б. Альперт выявили, что карьера выпускников программ MBA более успешна, если им свойственна экстраверсия [6].

Ц. Куль и П. Ламбинг связывают успешность в карьере с интернальным локусом контроля, высоким уровнем активности, потребностью в достижениях, толерантностью к неопределенности, осознанием ограничения во времени и уверенностью в себе. В различных исследованиях, включая отечественные, подтверждается высокая важность более комплексного фактора успешности карьеры — самоэффективности. Самоэффективность обозначает веру в эффективность собственных действий и проявляется в умении организовать свою деятельность и достичь успеха в отношениях с окружающими [6].

Другой комплексный конструкт — ядро самооценки — также многократно находил подтверждение в исследованиях как влияющий на общую успешность карьеры. Особое внимание в работах по карьере уделялось классическим личностным конструктам, таким как факторы «Большой Пятерки». Так, в исследовании британского ученого Н. Бозионелоса подтвердились следующие гипотезы: фактор сознательности положительно соотносится с внешним карьерным успехом (заданными объективными внешне наблюдаемыми параметрами), а фактор согласия — с внутренним (субъективно ощущаемым успехом собственной карьерной деятельности) [6].

Также не подтвердились ранее полученные на американской выборке данные о связи экстраверсии с внешним карьерным успехом. Причину этого автор видит в культурных британских особенностях, когда флегматический тип (общий уровень низкой экстраверсии и низкого нейротизма) является классическим «типом» для Великобритании.

По данным этого исследования, факторы «Большой Пятерки», ранее определяемые как стабильные и относительно не меняющиеся во времени, изменялись под влиянием тех или иных жизненных обстоятельств. В частности, успешное продвижение по службе и рост доходов оказались связанными со снижением уровня нейротизма опрошенных респондентов. Другим любопытным результатом этого лонгитюдного исследования стало выявленное изменение важности вклада тех или иных факторов «Большой Пятерки» в карьерную успешность по мере взросления опрошенных [6].

Так, роль экстраверсии достаточно высока в раннем возрасте, когда она может повлиять и на размеры доходов, и на степень престижности профессии (одним из вариантов объяснения является тот факт, что экстраверты, обладая более высокой ассертивностью, добиваются повышения зарплаты, а также используют свои социальные связи для лучшего трудоустройства). С возрастом же роль

этого фактора уступает место другим, более важным профессиональным показателям [6].

Современные голландские исследователи М. Куйперс и ее коллеги рассматривали внутренний и внешний карьерный успехи, понимаемые ими через объективные (размеры заработной платы и занимаемая позиция) и субъективные показатели (индивидуальное восприятие успеха в сфере достижений, перспектив, удовлетворения от своей карьеры). Результатом исследования стало то, что способность к актуализации карьеры, контроль своего развития и ориентация на обучение в процессе карьеры, а также создание контактов обладало значимым и позитивным влиянием на внутренний и внешний карьерный успех. Значимым оказалась и рефлексия своей мотивации карьеры, однако ее влияние на карьерный успех (на обе его ипостаси) оказалось негативным [6].

Рефлексия собственного карьерного пути, вопреки изначальным предположениям, оказалась неважной переменной для определения внешних карьерных успехов. Объясняя этот результат, авторы предположили, что размышления на тему адекватности своих компетенций важны для человека, скорее, на стадии подбора работы, а не непосредственно в ее процессе [6].

4. Карьерные ориентации

На место теорий отдельных личностных черт, зачастую представляющим из себя в психологии лишь элементы, не складывающиеся в строгую научную мозаику, пришли исследования в психологии карьеры, посвященные типологии соответствия карьеры и личности. На одном из первых этапов такого подхода Д. Сьюпером было предложено понятие профессиональной Я-концепции. По аналогии с более общим понятием Я-концепции профессиональная Я-концепция представляет собой совокупность представлений о стороне своего «Я», связанной с трудовыми и профессиональными характеристиками, на основании которых человек строит отношение к себе и взаимодействие с другими людьми [7].

Профессиональная Я-концепция, по мысли Сьюпера, — это конструкт, объясняющий, насколько работа «отвечает» личности карьериста. Сформулированное подобным образом определение этого личностного конструкта позволяет проводить параллели между различными шкалами и переменными профессиональной Я-концепции и показателями внутренней субъективной успешности выстраиваемой карьеры, ведь данный фактор пытается соотнести карьеру и непосредственно личность человека. Попытки типологизации карьеры соответственно типам личности предпринимались как в отечественной психологической традиции, так и за рубежом. В этом контексте Е. А. Климов рассматривает данную проблематику с позиций ведущего объекта, на который ориентирован труд человека [7].

Исходя из этого, все профессии делятся по типу взаимодействия на виды:

- 1) человек — природа,
- 2) человек — техника,
- 3) человек — знак,
- 4) человек — художественный образ,
- 5) человек — человек.

С точки зрения профессионального самоопределения зарубежный исследователь карьеры Дж. Голланд предлагает схожую типологию личностей по основанию того, на что ориентирован субъект труда в своей деятельности. Он выделяет шесть типов личности:

- 1) реалистический (ориентация на манипулирование инструментами и механизмами),
- 2) исследовательский (ориентация на поиск),
- 3) артистичный (ориентация на самопрезентацию),
- 4) социальный (ориентация на взаимодействие с людьми),
- 5) предпринимательский (ориентация на влияние на людей),
- 6) конвенциональный (ориентация на манипулирование данными и информацией).

По мысли Голланда, один из данных типов должен у человека доминировать, но в целом он способен приспособиться, используя стратегии двух или более типов. Однако наиболее используемым, вследствие эмпирической востребованности, понятием, отражающим потребностную и смысловую сторону карьерной траектории человека, стало понятие карьерной ориентации. Карьерные ориентации, по мысли многих исследователей — одно из центральных понятий профессиональной Я-концепции [7].

Актуализация карьерных ориентаций происходит в ситуации выбора, оказывая влияние, как на выбор профессиональной деятельности, так и конкретного места работы. История изучения данной проблематики восходит к 1957 году, когда А. Гулднер предложил дихотомию карьерных ориентаций, противопоставив профессионально-техническую и организаторскую ориентации. Уже из их названий следовало, что люди, ориентированные на первый вариант, были склонны к достижению признания их действий коллегами по профессиональной среде, а люди, ориентированные на последний, — на продвижение в организации по служебной лестнице. Более поздние исследования продемонстрировали чрезмерную упрощенность данной модели. Поэтому одной из самых распространенных теорий карьерных ориентаций можно назвать более комплексную теорию Якорей карьеры известного американского исследователя Э.Шейна, выделившего первоначально пять, а затем расширившего свой список до восьми основных карьерных «якорей»: профессиональная компетентность, менеджмент, автономия, стабильность, служение, вызов, интеграция стилей жизни и предпринимательство [7].

Методика определения карьерных ориентаций Э. Шейна была многократно опробована и валидизирована в рамках различных исследований, проводившихся

в разных странах, в том числе в России. Карьерные ориентации зависят от семейного воспитания, личностных особенностей сотрудника, зависят от типа профессиональной деятельности, в которую вовлекается человек, а также от культурных и социальных различий [7].

Таким образом, карьерные ориентации как часть Я-концепции отвечают выдвигаемым нами требованиям к выделению комплексных переменных, которые в отличие от отдельных черт и конкретных характеристик демонстрируют более обобщенные результаты касательно факторов успешности карьерных процессов.

Проще говоря, соответствие карьерной ориентации, демонстрируемой человеком, роду и виду выполняемой им трудовой деятельности может являться одним из самых важных комплексных предикторов внутренней карьерной успешности. Палитра конкретных исследований социальной мобильности столь многообразна, что неизбежно приходится ограничиваться изложением лишь наиболее общих принципов. Впервые они были сформулированы П. А. Сорокиным. Он считал, что вряд ли есть такое общество, страты которого были бы абсолютно эзотеричными, т. е. не пропускающими никакое движение через свои границы. Даже кастовая система знает исключения, когда отдельным счастливым в силу различных обстоятельств удавалось подняться на более высокую ступень иерархической лестницы [7].

Адаптация к новой социокультурной среде требует высокого психологического напряжения, что чревато нервными срывами, возможно развитие комплекса неполноценности, чувства неуверенности, уход в себя и потеря связи со своим социальным окружением. Человек навсегда может оказаться изгоем в той социальной среде, куда он стремился, или в которой он оказался волею судьбы, если речь идет о движении по нисходящей. Если социальные институты, по образному выражению П. А. Сорокина, можно рассматривать как «социальные лифты», то социокультурная оболочка, обволакивающая каждую страту, выполняет роль фильтра, осуществляющего своеобразный селективный контроль. Фильтр может не пропустить индивида, стремящегося наверх, и тогда, вырвавшийся из низов, он будет обречен быть изгоем [7].

Поднявшись на более высокую ступень, он как бы остается за дверью, ведущей в саму страту. Аналогичная картина может сложиться и при движении вниз. Утратив право, обеспеченное, к примеру, капиталом, состоянием, нахождение в высших слоях, индивид опускается на более низкую ступень, но оказывается не в состоянии открыть дверь в новый для него социокультурный мир [8].

Маргинал, маргинальная личность — это индивид, утративший свой прежний социальный статус, лишенный возможности заниматься привычным видом деятельности, и, кроме того, оказавшийся неспособным адаптироваться к новой социокультурной среде той страты, в рамках которой он формально существует. Его индивидуальная система ценностей, сформированная в иной культурной

среде, оказалась настолько устойчивой, что не поддается вытеснению новыми нормами, принципами, ориентациями и правилами [8].

Сознательные усилия, предпринимаемые для адаптации к новым условиям, порождают серьезные вну-

тренные противоречия, вызывают постоянные психологические стрессы. Поведение такого человека отличается крайностями: он либо чрезмерно пассивен, либо очень агрессивен, легко преступает нравственные нормы и способен на непредсказуемые поступки [8].

Литература:

1. А. Маслоу Мотивация и личность. — СПб.: Питер, 2008 г. с. [310–350].
2. Вебер, М. Избранные произведения. М.: Прогресс. 1990 г. с. [210–250].
3. Кравченко, А. И. Прикладная социология и менеджмент: Учеб. пособие. — М.: Изд-во МГУ, 1995 г. с. [350–370].
4. Лукашевич, Н. П. Самоменеджмент деловой карьеры: В 2 ч. — Харьков: ОКО, 1998 г. с. [290–340].
5. Лукашевич, Н. П. Социология труда: Учеб. пособие. — К.: МАУП, 2001 г. с. [325–370].
6. Мотивация человека. Издательство. Питер. — 2007 г. с. [250–300].
7. Молл, Е. Г. Организационное поведение. 2000 г. с. [320–380].
8. Д. Норт. Насилие и социальные порядки. Издательство: М.: 2011 г. с. [200–390].

Эволюционная теория мотивации персонала

Сиденко Александр Сергеевич, студент-бакалавр;
Семенова Валерия Петровна, студент-бакалавр
Санкт-Петербургский государственный университет

В современной теории и практике менеджмента все большее значение приобретают различные системы мотивации персонала. Эффективное использование трудовых ресурсов предприятия является фундаментом для интенсивного развития и роста. Однако попытки приспособить классические теории мотивации к современному менеджменту порой не дают положительных результатов. Поэтому требуется разработка новых, более совершенных подходов к использованию кадрового потенциала предприятия. Одним из путей совершенствования системы управления персоналом на предприятии является использование эволюционной системы мотивации.

Теория жизненных циклов предприятия И. Адизеса концентрирует внимание на двух важнейших альтернативных параметрах жизнедеятельности организации: гибкости и контролируемости (управляемости) [1, 34]. Кадровая политика предприятия также должна зависеть от этих параметров, а, следовательно, и от стадии жизненного цикла.

В настоящей работе авторы предлагают использовать укрупненные стадии жизненного цикла вместо излишне подробного в данной ситуации анализа

И. Адизеса. А именно: формирование, рост, зрелость и старение. Цель работы заключалась в том, чтобы выявить основные черты применяемой системы мотивации на каждой конкретной ступени развития предприятия. На каждой стадии имеются свои стратегические задачи, и, важно, чтобы эффективная мотивация персонала была одним из инструментов решения этих задач. Поэтому систему мотивации необходимо постоянно адаптировать

к новым условиям и требованиям текущей стадии жизненного цикла предприятия.

На **стадии формирования** предприниматель пытается любыми способами претворить идею бизнеса в жизнь. Персонал набирается в основном из ближайших друзей или членов семьи. Даже если привлекаются какие-либо профессионалы, главной чертой на этой стадии является многофункциональность сотрудников. Нет ни отдела по работе с персоналом, ни, естественно, каких-либо отделов мотивации. Главное звено компании — предприниматель. Он — двигатель процесса, главный мотиватор. Его цель — убедить людей заниматься именно этим делом, доказать его важность и необходимость. У предприятия практически нет лишних экономических ресурсов, следовательно, трудно применить какие-либо системы премирования или социальной поддержки. Упор на развитие самомотивации сотрудников, их энтузиазм — главная цель этапа формирования предприятия.

Как только достигается стадия, когда идея действительно начинает работать, уровень продаж растет и преодолевается нехватка денежных средств, предприятие начинает переход к **стадии роста**. Основатель уже не может справиться со всем один, происходит делегирование властных полномочий, а, следовательно, возникает и перспектива карьерного роста для работников компании. Именно на этом этапе формируются окончательные цели и стратегия предприятия, каждый работник знает, к чему следует стремиться. Будущее развитие компания видит уже не в экстенсивном росте, а в повышении качества деятельности. Возникает необходимость в новых квалифицированных кадрах, которых можно привле-



Рис. 1. Стадии жизненного цикла предприятия
Источник: авторский анализ на основе И. Адизеса.

кать уже и каким-либо социальным пакетом, введенным за счет свободных денежных ресурсов. На данном этапе жизненного цикла перед предприятием возникает задача решения межличностных конфликтов между старыми и новыми работниками и их продвижением по карьерной лестнице. Решение всех этих вопросов и становится приоритетным для стадии интенсивного роста.

Предприятие постепенно двигается к формализации организационной структуры и всех бизнес-процессов, появляется стабильность, присущая компании на **стадии зрелости**. Происходит оптимизация всех затрат, предприятие стремится к максимизации прибыли. В такой ситуации важную роль играет сформированная структура управления человеческими ресурсами на предприятии. На этой стадии наблюдается большая текучесть кадров, поэтому требуется качественный подбор персонала, а также удержание в организации наиболее важных сотрудников. Необходим индивидуальный подход к работникам с фор-

мированием эффективной систем мотивации посредством стимулирования со стороны всех имеющихся потребностей. Материальная мотивация на этой стадии должна происходить с помощью организации центров финансовой ответственности для каждой группы работников.

Если руководство компании на данном этапе не вышло на какие-либо перспективные направления развития, то за стадией стабилизации последует **этап старения**. Он характеризуется бюрократизацией всех бизнес-процессов, снижением объемов продаж, жесткой ограниченностью доступных ресурсов. Сотрудники могут интуитивно чувствовать проблемы в организации, а это вызовет отток кадров. В такой ситуации все усилия компании должны быть брошены на сохранение «золотого фонда» предприятия, в который входят в основном топ-менеджеры и уникальные работники, которые еще могут хоть как-то изменить ситуацию. О применении какой-либо структурированной системы мотивации речи уже не идет.

Литература:

1. Адизес, И. Управление жизненным циклом корпорации / Пер. с англ. под научн. ред А. Г. Сеферяна. — СПб.: Питер, 2007. — с. 384.

Неустойчивые формы занятости: возможности и потенциальные риски работодателя и работника¹

Турсукова Инна Ивановна, старший преподаватель
Южно-Уральский государственный университет (г. Златоуст)

Вменяющихся социально-экономических условиях (расширение глобализации, децентрализация и специализация производства, бурный технический прогресс, активные процессы информатизации и др.) происходят серьезные изменения в организации бизнеса. Появляются новые технологии и формы организации труда, формируются нестандартные, гибкие формы занятости (к которым, в частности, относятся различные формы заемного труда — аутсорсинг, аутстаффинг, лизинга персонала).

Стратегия гибкости во взаимоотношениях между субъектами рынка труда подразумевает замену традиционной модели постоянной занятости персонала на смешанную, предполагающую наличие постоянных «стержневых» и переменных периферийных групп персонала, которым делегируется выполнение части непрофильных функций предприятия с целью его концентрации на основном виде деятельности [1, 93].

Однако результат от передачи непрофильных видов деятельности внешним специализированным компаниям во многом зависит от обоснованности принимаемого решения. Ни богатые технологические возможности поставщиков услуг, ни высокая квалификация их персонала, ни положительные примеры подобных действий с другими предприятиями не могут служить гарантом целесообразности такого шага. В связи с этим возникает потребность в научно обоснованных рекомендациях, позволяющих принимать целесообразные управленческие решения как работодателю, так и соискателю рабочего места.

Построение методических рекомендаций для оценки эффективности заемного труда осуществимо лишь в случае четкого представления возможностей, которые открываются перед работодателем при делегировании отдельных функций заемным специалистам, а также вероятных рисков, сопутствующих данному управленческому решению. Равно как четкое представление положительных и отрицательных моментов нестандартного трудового договора позволит и работнику, в свою очередь, не ошибиться, принимая решение о характере трудоустройства.

Представляется целесообразным выделить следующие возможности работодателя в случае привлечения заемных специалистов:

1. Оптимизация затрат на персонал. Нестандартные трудовые отношения между работодателем и соискателем рабочего места не предусматривают различные соци-

альные выплаты (единовременные премии и поощрения; расходы на питание, топливо и другие натуральные выдачи; расходы на профессиональное обучение и т. д.). Соответственно для работодателя делегирование отдельных функций заемным специалистам будет благотворно влиять на данную статью затрат, сокращая ее [4, 19].

2. Ликвидация простоев в работе. Временно отсутствующие работники, например, по причине болезни, нахождения в отпуске (в том числе по беременности и родам и т. д.) приводят к возникновению простоев, относительному росту издержек предприятия при снижении производительности. В этом случае заемный труд для работодателя может рассматриваться как альтернатива, если речь идет о срочной, непредвиденной (незапланированной) и неопределенной по сроку замене временно отсутствующего работника [4, 16].

3. Повышение качества выпускаемой продукции (работ, услуг). Возможность концентрации на основном производстве в результате передачи вспомогательных функций на сторону, а также заимствование положительного опыта привлекаемых специалистов создает предпосылки для повышения качества выпускаемой на предприятии продукции (работ, услуг).

4. Повышение производительности труда. Говоря о производительности как о целостной системе, в ее структуре можно выделить множество элементов, которые в совокупности формируют производительность труда отдельного работника и могут влиять на нее как положительно, так и отрицательно. В случае делегирования функций заемным специалистам положительной динамике этого показателя будут способствовать ликвидация простоев в работе, заимствование новых технологий, передового опыта, а также оптимизация численности персонала, поскольку меньшее количество работников, но с большей интенсивностью, будут выполнять те же объемы работ, что и до оптимизации штатного расписания.

5. Уменьшение налогового бремени. В результате оптимизации штатной численности персонала за счет внедрения заемного труда на предприятии происходит относительное снижение издержек, улучшается соотношение между объемом производства и уровнем затрат на труд. Это связано с тем, что затраты на заемных специалистов, фактически занятых на предприятии, не учитываются по статье издержек по труду, а переходят в статью издержек на приобретение услуг (или операционные расходы).

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках проекта проведения научных исследований («Исследование социально-экономической эффективности использования гибких форм занятости на рынке труда Уральского региона»), проект № 14–36–50223.

В России издержки по данной статье уменьшают размер налогооблагаемой прибыли. Предприятие формально производит объёмы продукции (услуг) меньшей численностью штатных сотрудников, что в соответствии с отчётностью улучшает его показатели прибыльности и ликвидности [4, 18].

Следует уделить внимание и возможности возникновения следующих рисков, с которыми работодатель может столкнуться, внедряя систему заемного труда на предприятии:

1. Усиление дифференциации в размере оплаты труда штатных работников и заемных специалистов. Анализ результатов экспертиз, посвященных неустойчивой занятости, позволяет судить о том, что работники, выведенные за штат либо привлеченные через агентства, зарабатывают меньше, чем постоянные на 15, 20 и реже 50 %. Иногда при выводе работника за штат размер зарплаты остается прежним, однако по прошествии определенного времени зарплата постоянных работников увеличивается (индексируется на уровень инфляции, повышается по условиям коллективного договора и т. п.), а у «заемных» — нет [3, 26]. В этом случае есть основания полагать, что более низкая мотивация заемного работника в сравнении со штатным персоналом, может привести к ухудшению социально-психологической атмосферы в коллективе, негативно сказаться на продуктивности и качестве труда.

2. Возникновение социальной напряженности внутри трудового коллектива, текучесть кадров. Неравные условия труда, отсутствие социальных благ и гарантий, дифференциация в оплате труда штатных работников и привлекаемых специалистов могут способствовать возникновению социальной напряженности внутри трудового коллектива и, как следствие, увольнениям постоянного персонала.

Рассмотрим возможности и риски соискателя рабочего места в случае заключения им с работодателем нестандартного трудового договора.

1. Возможность получения опыта работы, постоянного рабочего места. В первую очередь это касается студентов и молодых специалистов, заинтересованных во временных подработках. Компания-провайдер способна обеспечить их работой в удобное для них время на предприятиях, отлично зарекомендовавших себя на рынке. В этом случае польза очевидна: студент (молодой специалист) получает опыт, заработок, стаж; а предприятие — временного сотрудника на замену отсутствующего штатного, либо помощь в «горячие периоды» [2, 65].

2. Возможность индивидуального графика работы или совмещения с другим видом деятельности. Для некоторых категорий работников заемный труд может быть более предпочтительным, поскольку предполагает меньшую степень отдачи работодателю, а потому — большие возможности для совмещения работы с другой деятельностью (учебой, уходом за нуждающимися и др.). Поскольку заемный работник обычно не имеет значи-

тельного опыта работы, он обоснованно предполагает, что обучение в процессе работы и шанс получить постоянную работу компенсируют сравнительно низкий уровень зарплаты, который предлагают агентства занятости [2, 31].

3. Переключивание издержек поиска работы, трудовых споров на частное агентство занятости. Кадровые агентства получают заказы на поиск того или иного специалиста от предприятий-заказчиков, которые обеспечивают агентствам прибыль, оплачивая им подбор необходимого специалиста. Для самих соискателей услуги рекрутеров, как правило, бесплатны. Еще одним важным составляющим элементом заемного труда является принятие на себя агентством обычных функций работодателя по отношению к работникам, таких, как выплата заработной платы, социальных взносов, налогов, разрешение трудовых споров и конфликтов [4, 42].

Среди наиболее вероятных рисков работника выделяются следующие:

1. Вероятность более низкого уровня дохода в сравнении со штатным персоналом. Оплата труда подавляющего большинства заемных работников существенно ниже заработной платы персонала, работающего в штате предприятия, отсутствует индексация ставок оплаты труда заемных работников. Даже если зарплата заемных и постоянных работников сопоставима, то, как правило, это достигается за счет переработок, увеличения нагрузки, а также экономии на соцпакете и льготах «не своего» персонала.

2. Вероятность меньшей защищенности трудовых и социальных прав. Премии, различные доплаты и индексации, регламентируемые для штатных работников предприятий внутренними документами, как правило, никак не оговариваются для всех видов работников с неустойчивой занятостью и зависят исключительно от доброй воли работодателя. Еще один немаловажный момент, характеризующий неустойчивую занятость, — проблемы с охраной труда. «Не свои» работники как бы выпадают из поля зрения службы охраны труда предприятия-пользователя, а компания-провайдер вообще не имеет отношения к рабочим местам на предприятиях своих сотрудников. В результате работникам с неустойчивой занятостью не производится доплата за вредность, не предоставляются дополнительные дни к отпуску, как это делается для постоянных работников, не обеспечиваются надлежащие средства защиты в должном объеме, не проводится нормальный инструктаж, часто они не имеют доступа к медпункту предприятия [3, 31].

3. Вероятность недонакопления человеческого капитала в результате нестабильной занятости. Следует пояснить, что под специфическим человеческим капиталом в данном случае подразумеваются специализированные навыки, опыт или квалификация работника, которые представляют собой ценность только для одного конкретного работодателя [5]. Организация-пользователь может в самые короткие сроки избавиться от заем-

ного работника, расторгнув договор с агентством заемного труда. В результате этого заемный работник теряет возможность приобретения дополнительного профессионального опыта, навыков, умений.

Подытоживая выше сказанное, следует отметить, что идентификация возможностей и вероятных рисков рабо-

тодателя и работника, их отражение в соответствующих показателях, выступающих, в свою очередь, основой расчета интегрального показателя эффективности заемного труда, помогает принять обоснованное решение о целесообразности включения в процессы заемного труда обеим сторонам трудовых отношений.

Литература:

1. Кларк Саймон. Российский рынок труда // Экономическая социология. Т.2. №3, 2001.
2. Кривой, Я. В. Правовое регулирование заемного труда / Я. В. Кривой. — Гомель: Е. А. Ковалева, 2007.
3. Ляпин, А., Нойнхеффер Г., Шуршукова Л., Бизюков П. Неустойчивая занятость и ее последствия для работников // Центр социально-трудовых прав. Москва, 2007.
4. Смирных, Л. И. Заемный труд в России: быть или не быть? / Л. И. Смирных; Нац.исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Издательский дом «Высшая школа экономики», 2012.
5. <http://www.dic.academic.ru>.

14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Китайско-российское экономическое сотрудничество и его большой потенциал

Васюхин Олег Валентинович, доктор экономических наук, профессор;

Ши Цзинь, Магистр

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

На протяжении последних более 10 лет я всегда на передовой китайско-российских отношений. «Китайско-российские отношения находятся на самом высоком уровне в истории» — эти слова мне приходилось слышать из уст руководителей двух стран чаще всего. Действительно, это так. В ходе недавнего визита президента России Владимира Путина в Китай КНР и РФ подписали «Совместное заявление о новом этапе китайско-российских отношений всеобъемлющего стратегического взаимодействия и партнерства», объявив миру о том, что двусторонние отношения вышли на новую ступень.

Для достижения этих целей необходимо улучшить инвестиционную среду, углубить сотрудничество в разных сферах, постоянно искать новые точки роста, осуществить семь важных мер: 1. Следует продвигать тесное взаимодействие в финансовой сфере, особенно расширить масштабы прямых расчетов в национальных валютах в торговле и инвестициях. 2. Необходимо продолжать прикладывать усилия для подписания меморандума о сотрудничестве в сфере экономической модернизации между правительствами КНР и РФ, гарантировать торговый баланс, улучшать структуру торговли, способствовать взаимным инвестициям, в том числе поддерживать строительство транспортной инфраструктуры в России, комплексно разрабатывать минеральные ресурсы, строить экономически доступное жилье. 3. Нужно сформировать китайско-российские отношения всестороннего энергетического сотрудничества и партнерства, постепенно углублять взаимодействие в нефтяной, газовой, угольной, электрической сферах, а также в области новой энергии и энергосбережения. 4. Следует продвигать сотрудничество в секторе высоких технологий, особенно по проектам в таких важных областях, как мирное использование ядерной энергии, гражданская авиация, исследование базовых космических технологий, космические наблюдения Земли, спутниковая система навигации, изучение космического пространства и пилотируемого космоплавания. 5. Необходимо осуществлять совместные проекты в производстве медикаментов, медицинского оборудования, химической переработке, обработке древесины, судостроении, производстве транспортной техники, цветной металлургии. 6. Следует рас-

ширять сельскохозяйственное сотрудничество, улучшать условия для торговли сельскохозяйственными продуктами и для сельскохозяйственного производства. 7. Надо развивать инфраструктуру для трансграничных перевозок, в том числе продвигать строительство переходных мостов Хэйхэ — Благовещенск и Тунцзян — Нижнеленинское, оптимизировать проход китайских товаров через железнодорожную сеть РФ, а также улучшить транзитно-транспортные условия дальневосточных портов и северных фарватеров. Мы также готовы принять участие в реконструкции МКАДа и строительстве высокоскоростных железных дорог в России.

В прошлом году Китай и Россия подписали контракт на поставку и реализацию нефти, в течение 25 лет РФ поставит в КНР 360 млн. тонн сырой нефти, общая стоимость контракта достигает 270 млрд. долларов. Во время визита Путина в Китай стороны также подписали газовый контракт на 30 лет общей стоимостью в 400 млрд. долларов. Я надеюсь, что в список этих стратегически важных и символических контрактов постоянно будет добавляться новое существенное содержание, особенно проекты по созданию большого самолета, а также в области высоких технологий и военно-технического сотрудничества.

Торгово-экономическое сотрудничество между средними и малыми предприятиями Китая и России придает новый импульс повышению уровня взаимодействия двух стран и обогащает содержание китайско-российских отношений стратегического сотрудничества и партнерства.

Как отметил Цзя Гоюн, китайский план подъема экономики Северо-Восточного Китая и стратегия России по развитию дальневосточного региона предоставляют возможности для углубления сотрудничества между средними и малыми предприятиями двух стран.

Как сказал вице-мэр Владивостока Александр Юров, сотрудничество между средними и малыми предприятиями двух стран имеет широкие перспективы развития.

Поиск каналов для инвестиции и презентация экспортной продукции — с такими целями сюда прибыли бизнесмены из России. Они больше всего заинтересованы в налаживании сотрудничества в области производства строительных материалов, производства меда, ле-

созаготовки, оптовой и розничной торговли товарами ширпотреба и промышленной продукцией.

Официальные представители Приморского края, ознакомившие участников ярмарки с принятыми мерами опти-

мизации экономической структуры и благоприятным инвестиционным климатом в их крае, выразили готовность к активизации сотрудничества с Китаем и другими странами Северо-Восточной Азии в области инвестиции.

Литература:

1. Китай и Россия <http://russian.people.com.cn/95199/97273/index.html>
2. Китайско-российское экономическое сотрудничество обладает большим потенциалом <http://russian.people.com.cn/n/2014/0901/c95181-8777066.html>
3. Чиновники Китая и России призывают расширять торгово-экономическое сотрудничество между средними и малыми предприятиями двух стран <http://russian.people.com.cn/n/2014/0830/c31518-8776612.html>
4. Жэньминь жибао. <http://russian.people.com.cn/>

Управление качеством машиностроительной продукции

Герасимова Галина Алексеевна, аспирант

Тамбовский государственный технический университет

В существующих микроэкономических и макроэкономических условиях, когда Россия вступила в ВТО, когда США и ЕС вводят санкции в отношении Российской Федерации промышленные предприятия и предприятия машиностроения должны все больше внимания уделять теме качества производимой продукции. Качество является задачей номер один в условиях рыночной экономики. С помощью современных и действенных подходов к управлению качеством машиностроительные предприятия достигнут лидирующие позиции на российском и зарубежных рынках.

ГОСТ 15467–79, Международный стандарт ISO 8402–1986, Международный стандарт ISO 8402–1994 формулируют качество, как совокупность свойств и характеристик продукции, услуг, объекта, которые удовлетворяют установленные и предполагаемые потребности. Согласно Международному стандарту ISO 9000–2008 качество — это степень соответствия присущих характеристик требованиям [5, с. 7].

В соответствии с ГОСТ Р ИСО 9000–2001 менеджмент качества представляет собой скоординированную деятельность по руководству и управлению организацией применительно к качеству [1, п. 3.2.8].

Управление качеством — составная часть менеджмента качества, направленная на выполнение требований к качеству. Управление качеством представляет собой методы и виды деятельности оперативного характера, используемые для удовлетворения требований к качеству и ориентированные на устранение недостатков на всех стадиях «петли качества» [4, с. 6].

В настоящее время теория управления качеством машиностроительной продукции предусматривает, во-первых, полное удовлетворение потребностей потребителя с наименьшими общими затратами для предприятия, а во-вторых, использование всех резервов для повышения качества изготавливаемой продукции.

Основными принципами менеджмента качества являются [6, с. 115–116]:

1) Ориентация на потребителя. Предприятия зависят от своих потребителей, и поэтому должны понимать их текущие и будущие потребности, выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания.

2) Лидерство руководителя. Руководители обеспечивают единство цели и направления деятельности предприятия. Им следует создавать и поддерживать внутреннюю среду, в которой работники могут быть полностью вовлечены в решение задач предприятия.

3) Вовлечение работников. Работники всех уровней составляют основу предприятия, и их полное вовлечение дает возможность предприятию с выгодой использовать их способности.

4) Процессный подход. Желаемый результат достигается эффективнее, если деятельностью и соответствующими ресурсами управляют как процессом.

5) Системный подход к менеджменту. Выявление, понимание и менеджмент взаимосвязанных процессов как системы вносят вклад в результативность и эффективность при достижении целей.

6) Постоянное (непрерывное) улучшение. Постоянное улучшение деятельности предприятия в целом следует рассматривать как его неизменную цель.

7) Принятие решений, основанное на фактах. Эффективные решения основываются на анализе данных и информации.

8) Взаимовыгодные отношения с поставщиками. Предприятие и его поставщики взаимозависимы, и отношения взаимной выгоды повышают способность обеих сторон создавать ценности.

На этих основных принципах выстраиваются системы качества.

Система менеджмента качества — это управляющая система, используемая руководством и менеджментом

компании для решения внутренних задач управления, подкрепленная соответствующей организационной структурой, подходами, процессами, ресурсами [5, с. 39].

Управление качеством обычно упоминается в контексте двух систем: total quality management (TQM) и стандартов системы качества ИСО-9000.

Стандартом, позволяющим подтвердить качество различных аспектов работы предприятия, является группа стандартов ISO 9000 — серия международных стандартов управления качеством и подтверждения качества, которые приняты более чем 90 странами мира. Стандарты ISO 9000 применимы к любым предприятиям независимо от их размера и сферы деятельности. Созданная в 1946 году Международная организация по стандартизации (International Organization for Standardization — ISO) разработала более 17 000 специальных стандартов.

Серия стандартов ISO 9000 описывает модель, по которой с позиции гарантии качества формируется система управления предприятием. Важной особенностью стандартов ISO 9000 является их применимость для любой сферы бизнеса, любой компании — от крупного производственного холдинга до небольшой фирмы [5, с. 37].

Семейство стандартов ISO 9000 включает комплекс, состоящий из 4 основных документов [5, с. 38]:

— ISO 9000—2008 описывает основные положения систем менеджмента качества и устанавливает терминологию для этих систем;

— ISO 9001—2008 устанавливает требования к системам менеджмента качества для тех случаев, когда организация должна продемонстрировать возможность изготавливать продукцию, отвечающую требованиям потребителей и установленным к ней обязательным требованиям, и направлен на повышение удовлетворенности потребителей;

— ISO 9004—2008 содержит рекомендации по повышению результативности и эффективности систем менеджмента качествами предназначен для улучшения деятельности организации и повышения удовлетворенности потребителей и других заинтересованных сторон;

— ISO 19011 содержит методические указания по проведению аудита систем менеджмента качества и охраны окружающей среды.

Универсальность семейства стандартов ISO заключается в том, что они не предлагают абсолютных измеримых критериев качества для каждого отдельного вида продукции и услуг (например, требуемых технических характеристик продукции). Стандарты семейства ISO 9000 задают лишь методологию функционирования системы качества, которая, в свою очередь, должна обеспечивать высокое качество продукции и услуг, производимых предприятием [5, с. 38].

Total Quality Management (TQM) — нацеленный на качество подход к руководству организацией, основанный на участии всех ее членов и направленный на достижение долговременного успеха путем удовлетворения запросов

потребителя и выгоды для всех членов организации и общества [5, с. 41].

Основными принципами, на которых базируется данная концепция, служат [5, с. 41]:

— ориентация всей деятельности предприятия на потребителей;

— установление производственных отношений между работниками как отношений потребителя с поставщиком;

— непрерывное совершенствование производства и деятельности в области качества;

— осуществление обеспечения качества как непрерывного процесса (качество объекта на конечном этапе должно стать следствием достижения качества на всех предыдущих);

— комплексное и системное решение задач обеспечения качества на всех стадиях жизненного цикла продукции;

— смещение усилий в области качества в сторону человеческих ресурсов;

— участие всех работников в решении проблем обеспечения качества;

— непрерывное повышение компетентности сотрудников предприятия;

— концентрация внимания не на выявлении, а на предупреждении несоответствий;

— оптимизация соотношения «качество — затраты — время»;

— применение статистических методов.

Концепция всеобщего управления качеством отличается от стандартов ISO по установленным целям. Стандарты ISO предназначены, прежде всего, для регулирования отношений между производителем и потребителем продукции или услуг на основе предварительной оценки способности производителя гарантировать необходимое потребителю качество. Концепция TQM реализуется, главным образом, для повышения конкурентоспособности предприятия путем непрерывного улучшения и совершенствования менеджмента качества. В отличие от стандартов ISO, в концепции TQM достижение качества рассматривается как текущий процесс, а не как конечная цель [5, с. 42].

В последние годы все большую популярность в компаниях получает концепция «Шесть сигм», разработанная в корпорации Motorola в 1980-е годы и популяризированная в середине 1990-х после того, как Джек Уэлч применил её как ключевую стратегию в General Electric.

Суть концепции сводится к необходимости улучшения качества выходов каждого из процессов, минимизации дефектов и статистических отклонений в операционной деятельности. Концепция использует методы управления качеством, в том числе, статистические методы, а также предполагает создание специальных рабочих групп на предприятии, осуществляющих проекты по устранению проблем и совершенствованию процессов.

Концепция «Шесть сигм» представляет собой способ управлять отдельными подразделениями и организацией

в целом. Она направлена на полное удовлетворение потребностей клиента, сокращение продукции с браком и дефектами, а также времени производственного цикла.

Метод повышения качества «Шесть сигм» — это система, основанная: на понимании потребительских нужд; четком использовании фактов, данных и статистико-аналитических методов; управлении и развитии производственных и деловых процессов [2, с. 171].

Основные элементы концепции «Шесть сигм» [3, с. 31]:

— Ориентация на потребителя. Все показатели в системе «шесть сигм» начинаются с показателей, относящихся к потребителю.

— Управление на основе данных и фактов. Многие решения в бизнесе все еще принимаются на основе мнений и предположений. Концепция «Шесть сигм» советует в первую очередь выяснить, какие показатели являются ключевыми для определения эффективности бизнеса. Только затем можно собирать факты и анализировать ключевые параметры. Система «шесть сигм» помогает менеджерам ответить на два вопроса, существенных для принятия решений на основе данных: в каких данных я действительно нуждаюсь? как использовать эти данные с максимальной выгодой?

— Действия совместно с процессами. Одним из наиболее выдающихся прорывов концепции «шесть сигм» было то, что руководителей и менеджеров удалось убедить в том, что овладение процессным подходом — ключ к созданию конкурентных преимуществ и повышению ценности для потребителей.

— Проактивный менеджмент. Акцентируя внимание не на «тушении пожаров», а на предотвращении проблем, а также постоянно задавать вопросы: почему мы занимаемся вот этим и этим, вместо того, чтобы бездумно защищать статус-кво.

— Безграничное сотрудничество. Возможности, открывающиеся при улучшении сотрудничества внутри

компаний, а также с поставщиками и потребителями, огромны. Миллиарды долларов ежедневно теряются из-за разобщенности и открытой конкуренции между группами, которые должны работать для общей цели — создания ценности для потребителей.

— Стремиться к совершенству, но не бояться поражений. Ни одна компания не сможет даже приблизиться к уровню шести сигм без претворения в жизнь новых идей и подходов, которые всегда содержат определенную степень риска.

В дополнение к концепции управления качеством продукции «Шесть сигм» Жариковым В. Д. и Герасимовой Г. А. была разработана и предложена система управления качеством машиностроительной продукции на основе 10М ключей, в которой было уделено больше внимания организационно-экономическим и морально-этическим подходам.

Система 10М включает [2, с. 173]:

— организационно-экономические 6М ключей: маркетинг, материалы, машина, методы, мониторинг, механизмы;

— морально-этические 4М ключа: менталитет, мышление, мораль, мотивация.

Система 10М является дополнением к уже давно используемой концепции «Шесть сигм» и ведет к успеху на предприятии и в то же время имеет свои направления в управлении качеством машиностроительной продукции. А вместе система «Шесть сигм» и система 10М образуют инструмент в управлении качеством машиностроительной продукции.

Таким образом, разнообразие существующих систем качества очень велико, но все они имеют общую цель, связанную с повышением качества продукции, в том числе и машиностроительной, а также увеличением конкурентоспособности предприятий в существующих микроэкономических и макроэкономических условиях.

Литература:

1. ГОСТ Р 9000—2001. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. М.: ИПК Издательство стандартов, 2001.
2. Жариков, В. Д., Герасимова Г. А. Система 10М в управлении качеством машиностроительной продукции // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского. 2013. №2(46). с. 171—175.
3. Панде, П., Холп Л. Что такое «шесть сигм»? Революционный метод управления качеством / перевод с англ. — 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 160 с.
4. Розова, Н. К. Менеджмент качества: учебное пособие. СПб.: «Вектор», 2005. — 192 с.
5. Челнокова, В. М. Управление качеством: учеб. пособие. СПб.: СПбГАС, 2010. — 135 с.
6. Юрасова, М. В. Современные подходы к управлению качеством // Вестник Московского Университета. Серия 18. Социология и политология. 2011. №1 с. 112—125.

Коммерческий риск в рыночной экономике и его страхование

Кожевина Анастасия Игоревна, магистрант
Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина

Риск в хозяйственной деятельности — явление обычное. Риск, неизбежно сопровождает все сферы деятельности и направления любой организации, которая функционирует в условиях рынка, являясь неотделимой частью политической, экономической, социальной жизни общества. Это могут быть стихийные бедствия, неблагоприятное стечение обстоятельств, просчеты покупателей и продавцов, нарушение обязательств со стороны других участников хозяйственной деятельности, изменение цен, налогов, платежей, политической ситуации и др. В той или иной степени эти причины всегда имеют место, поэтому неопределенность будущей экономической ситуации делает риск неизбежным. Характерные особенности риска — неожиданность, неопределенность, неуверенность, предположение, что успех придет

В связи с развитием рыночных отношений хозяйственную деятельность в наших странах приходится осуществлять в условиях нарастающей неопределенности и изменчивой экономической среды. Все в большей степени возникает опасность неудачи, непредвиденных потерь. Ведь в широком смысле **рынок** — это **экономическая среда**, где происходит относительно свободное взаимодействие покупателей и продавцов в целях купли-продажи товаров и услуг, рыночные субъекты самостоятельно принимают решения о купле-продаже, определяют цены, объемы покупок и продаж, виды сделок и др. Оба субъекта находятся в неопределенности, как бы под «колпаком риска». Таким образом, **равная экономическая свобода рыночных субъектов неизбежно порождает экономический риск**.

Проанализировав экономические источники, посвященной проблеме риска, таких авторов, как: В. К. Абанин, Б. В. Анин, С. А. Жилин, К. Ю. Орлов, можно сделать вывод, что среди нет единого мнения относительно определения коммерческого риска.

В. В. К. Абанин и Б. В. Анин риск определяют как деятельность или действие по «снятию неопределенности», С. А. Жилин и К. Ю. Орлов риск определяют как «возможные потери, убытки».

По моему мнению, данное понятие характеризует следующее определение:

Коммерческий риск — это угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов или получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.

В условиях рыночных отношений проблема оценки и учета коммерческого риска приобретает самостоятельное теоретическое и прикладное значение как важная составная часть теории и практики управления.

Большинство управленческих решений принимается в условиях риска, что обусловлено рядом факторов — отсутствием полной информации, наличием противобор-

ствующих тенденций, элементами случайности и многим другим.

Особое значение проблема риска приобретает в предпринимательской деятельности.

Происхождение термина «риск» восходит к греческим словам *ridsikon, ridsa* — утёс, скала. В итальянском языке *risiko* — опасность, угроза. Во французском *risque* — угроза, буквально, объезжать утес, скалу.

Разнообразие мнений о сущности риска объясняется, в частности, многоаспектностью этого явления, практически полным его игнорированием в существующем хозяйственном законодательстве, недостаточным использованием в реальной экономической практике и управленческой деятельности. Кроме того, **риск** — это сложное явление, имеющее множество не совпадающих, а иногда противоположных реальных оснований.

Риск — это вероятность возникновения убытков или недополучения доходов по сравнению с прогнозируемым вариантом. Под «риском» принято понимать вероятность (угрозу) потери предприятием части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления определенной производственной и финансовой деятельности.

Во всех указанных определениях выделяется такая характерная особенность (черта) риска как опасность, возможность неудачи.

Для более полной характеристики определения **«риск»** целесообразно выявить понятие **«ситуация риска»**, поскольку оно непосредственно сопряжено с содержанием термина «риск».

Понятие **«ситуация»** можно определить как сочетание, совокупность различных обстоятельств и условий, создающих определенную обстановку для того или иного вида деятельности. Если существует возможность количественно и качественно определять степень вероятности того или иного варианта, то это и будет ситуация риска.

Отсюда следует, что рискованная ситуация связана со статистическими процессами и **ей сопутствуют три сосуществующих условия:**

- наличие неопределенности;
- необходимость выбора альтернативы (при этом следует иметь в виду, что отказ от выбора также является разновидностью выбора);
- возможность оценить вероятность осуществления выбираемых альтернатив.

Следует отметить, что ситуация риска качественно отличается от ситуации неопределенности. **Ситуация неопределенности** характеризуется тем, что вероятность наступления результатов решений или событий в принципе не устанавливается.

Можно выделить несколько модификаций риска:

— субъект, делающий выбор из нескольких альтернатив, имеет в распоряжении объективные вероятности получения предполагаемого результата, основывающиеся;

— *вероятности наступления* ожидаемого результата могут быть получены только на основе субъективных оценок;

— *субъект в процессе выбора* и реализации альтернативы располагает как объективными, так и субъективными вероятностями.

Риск — это действие (деяние, поступок), выполняемое в условиях выбора (в ситуации выбора в надежде на счастливый исход), когда в случае неудачи существует возможность (степень опасности) оказаться в худшем положении, чем до выбора (чем в случае не совершения этого действия).

В этом определении, наряду с опасностью, возможностью неудачи присутствует такая черта, как альтернативность.

Риск — это деятельность, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели.

В явлении «риск» выделим следующие основные элементы, взаимосвязь которых и составляет его сущность:

— возможность отклонения от предполагаемой цели, ради которой осуществлялась выбранная альтернатива;

— вероятность достижения желаемого результата;

— отсутствие уверенности в достижении поставленной цели;

— возможность материальных, нравственных и др. потерь, связанных с осуществлением выбранной в условиях неопределенности альтернативы.

Важным элементом риска является наличие вероятности отклонения от выбранной цели. При этом возможны отклонения как отрицательного, так и положительного свойства.

Наряду с этим риску присущ ряд черт, которые способствуют пониманию содержания риска. Можно выделить следующие основные черты риска:

— противоречивость;

— альтернативность;

— неопределенность.

Противоречивость как черта риска проявляется в различных аспектах. Представляя собой разновидность деятельности, риск, с одной стороны, ориентирован на получение общественно значимых результатов неординарными, новыми способами в условиях неопределенности и ситуации неизбежного выбора. Это свойства риска имеет важные экономические, политические и духовно-нравственные последствия, т. к. ускоряет общественный технический прогресс, оказывает позитивное влияние на общественное мнение, духовную атмосферу общества.

Такое свойство риска, как **альтернативность**, связано с тем, что он предполагает необходимость выбора из двух

или нескольких возможных вариантов решений, направлений, действий. Отсутствие возможности выбора снимает разговор о риске. Там, где нет выбора, не возникает рискованная ситуация и, следовательно, не будет риска.

Существование риска непосредственно связано с неопределенностью, которая неоднородна по форме проявления и по содержанию. Более подробно на этой черте риска мы остановимся при изучении источников риска. Акцентировать внимание на этом свойстве риска важно в связи с тем, что оптимизировать на практике процессы управления и регулирования, игнорируя объективные и субъективные источники неопределенности, бесперспективно. Причем речь идет не о том, чтобы найти средства, позволяющие полностью избавиться от влияния факторов неопределенности (что практически, видимо, не осуществимо), а о необходимости учета риска с целью отбора рациональных альтернатив.

В практической работе нередко случаи отсутствия полной определенности ситуации. Тогда вычлняются ее элементы из общего контекста по степени их определенности. Если решение принимается в условиях риска (измеримой неопределенности), то с помощью введения вероятностных оценок неопределенность в значительной мере уменьшается. Колебания переменных, характеризующих состояние объективных условий, могут быть предугаданы. Риск заключается в возможных ошибках при оценке степени вероятности наступления условий (событий). Поэтому полагаются не только на расчеты, используются также опыт, интуиция и искусство руководителя.

Риском можно и нужно управлять, использовать определенные меры, позволяющие максимально прогнозировать наступление рискованного события и применять соответствующие мероприятия к снижению степени риска или в худшем случае при неизбежности наступления рискованной ситуации, получить доход от страхования.

Страхование коммерческих рисков — является из наиболее сложных видов страхования. Дело в том, что данный вид страхования призван возместить страхователю коммерческие риски в случае, если оговоренные в договоре страхования операции за четко установленный период не дадут той окупаемости, которая определена заранее в договоре.

Обычно договор страхования коммерческих рисков учитывает следующие риски:

— неблагоприятные изменения конъюнктуры рынка;

— невыполнение контрактов деловыми партнерами, заказчиками, клиентами страховщика;

— различные непредвиденные обстоятельства (форс-мажор).

Страховая сумма — это существенная сторона сделки страхования коммерческих рисков. Она определяется страхователем при участии и согласии страховой компании. При этом возможно определение страховой суммы исходя из:

— капитальных вложений страхователя в инвестируемые проекты. В этом случае страховая сумма будет равна сумме капитальных вложений;

— капитальных вложений и заложенной нормы прибыли. В этом случае страховая сумма будет равна сумме затрат на инвестируемый проект плюс прибыль от его реализации. Поэтому в данном случае такое страхование называют страхованием прибыли.

В качестве срока страхования сторонами договора предусматривается срок окупаемости капитальных вложений предпринимателя в определенный бизнес проект.

Страхователь старается максимально сократить срок окупаемости, это связано увеличением доходности его деловых операций. Страховщик же, напротив, стремится этот срок увеличить, ведь в данном случае его риски, вытекающие в уплату страховой суммы страхователю, сводятся к минимуму.

Поэтому в данном случае стороны руководствуются не только общими сведениями о бизнес проекте и расчетами номинальных сроков окупаемости, но и личными мотивами, в основе которых лежит сокращение возможных убытков. Есть у страхования коммерческих рисков и свои особые ограничения. В частности, не страхуется посредническая деятельность, а также вложения в азартные игры. Обычно ограничивается и максимальная сумма возмещения страхователю, это снижает риски страховщика, тем самым страховщик создает для себя более благоприятные условия и минимизирует свои риски.

Литература:

1. Чернова, Г. В. Практика управления рисками на уровне предприятия. — М: Наука, 2002. [с.192]
2. Кинев, Ю. Ю. Оценка рисков финансово-хозяйственной деятельности предприятий на этапе принятия управленческого решения. — М: Инфра-М, 2005. — [с. 289]
3. Ефимов, С. Л. Экономика и страхование: — М: Наука, 2009 [с.120]
4. Чернова, Г. В., Кудрявцев А.А Управление рисками. М: Инфра-М, 2005. — [с. 87]
5. Тарасевич, Л. С., Гребенников П. И., Леусский А. И. Макроэкономика. Учебник. — 6-е изд., испр. и доп. — М.: Высшее образование, 2010
6. Суетин, Д. Состояние страхового рынка. // Экономика и жизнь, № 11, март 2009
7. Сайт <http://www.risk24.ru/risk.htm>
8. Сайт <http://www.risk24.ru/risk.htm>

Уровень и качество жизни населения Челябинской области

Невядомская Алена Игоревна, студент;

Научный руководитель Федулов Дмитрий Владимирович, кандидат экономических наук, доцент
Озерский филиал Южно-Уральского государственного университета (Челябинская область)

Проблемы измерения уровня и качества жизни населения стали актуальны еще 50–70-е годы XX века. В 1961 г. ООН выделила 12 «аспектов», состояние которых отражает уровень развития общества [3]. К ним относятся условия труда, здравоохранение, воспитание, занятость, транспорт и коммуникации, уровень потребления и запасов, состояние жилищного фонда, социальная уверенность, отдых и развлечения, личная свобода [3].

Страхование коммерческих рисков в России это достаточно новый страховой продукт. Данный вид страхования стал очень перспективным. Отечественные предприниматели, все чаще стали брать пример с зарубежных коллег, вследствие этого стали ценить стабильное финансовое положение, свое спокойствие и все чаще стали прибегать к услугам страховых компаний.

В заключении отметим, что любой бизнес связан, со многими опасностями, неопределенностью, с конкуренцией. Риск — неотъемлемая часть деловой активности на любом рынке. Особенно рискованный характер имеет предпринимательская деятельность в современной России. Любому предприятию, которое не хочет внезапно разориться, необходим комплекс мер по снижению вероятности наступления случайных негативных событий и их последствий.

«Совет предпринимателю»: будьте умным, знающим и умелым управляющим, а если не можете — наймите у много, знающего и умеющего риск-менеджера. В любом случаи — будьте благоразумными, чтобы соответствовать системе цивилизованного управления.

И конечно же с рисками сталкиваются не только предприятия, компании, фирмы и т. д., но и мы с вами в повседневной жизни подвергаемся им каждый день, каждую минуту и даже каждую секунду.

Для начала рассмотрим понятие уровень и качество жизни населения.

Уровень жизни населения (жизненный стандарт) — социально-экономическая категория, которая отражает степень удовлетворения материальных и культурных потребностей людей в плане обеспеченности потребительскими благами, которые характеризуются количественными показателями, абстрагированные от их качественного значения [2].

Качество жизни населения — социологическая категория, отражающая качество удовлетворения материальных и культурных потребностей людей [1].

Нами рассмотрены факторы, влияющие на уровень и качество жизни населения. В это понятие входят нематериальные блага; политические, экономические, социальные, нравственные. Сюда относятся вопросы здравоохранения и образования, экологии, социально-экономического неравенства и т. п. [3]. Более подробно остановимся на последнем факторе.

Социально-экономический фактор характеризуется такими показателями как доходы и расходы население, качество здравоохранение, качество жилья, качество культуры и качество питания.

Экономический кризис существенно влияет на уровень и качество жизни.

Экономический кризис — (греч. krisis — поворотный пункт) — резкое ухудшение экономического состояния страны, вызванное спадом производства, нарушением сложившихся производственных связей, банкротством предприятий, ростом безработицы, и снижением жизненного уровня и благосостояния населения [5]. В данном понятии экономический кризис прямо влияет на снижение уровня и качества жизни населения.

Таким образом, из-за экономического кризиса человек будет себя ущемлять в материальных, духовных и социальных потребностях (ограничивать себя в еде, одежде, комфорте и культуре). Более подробно проведем анализ уровня и качества жизни населения Челябинской области.

На рисунке 1, нами представлен график доходов населения.

Денежные доходы населения в январе 2014 года сложились в сумме 62,2 млрд. рублей. Среднедушевые денежные доходы составили 17845,2 рубля.

Денежные расходы населения по сравнению с аналогичным периодом 2013 года возросли на 7,8 % и составили 66,6 млрд. рублей. Превышение денежных расходов над доходами составило 4,4 млрд. рублей.

В структуре использования денежных доходов населения доля потребительских расходов составила 83,7 %, в том числе доля денежных расходов на покупку товаров — 65,3 %, на оплату услуг — 16,3 %; на товары (услуги) с использованием банковских карт за рубежом — 2,1 %.

По отношению к январю 2013 года увеличились покупка валюты в 2,3 раза, обязательные платежи — на 34,7 %. Снизились: покупка скота и птицы — на 18,3 %; расходы на покупку недвижимости — на 15,9 %, средства на счетах физических лиц-предпринимателей — на 14,2 %.

По отношению к 2012 году увеличились сбережения во вкладах и ценных бумагах — на 6,5 %. Снизились: покупка скота и птицы — на 39,1 %; расходы на покупку недвижимости — на 24,8 %; обязательные платежи — на 9,1 % (включая деньги, отосланные по переводам — на 26 %).

Среднемесячная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций в 2013 году сложилась в размере 25 845,8 рубля (108,6 % к 2012 году). Реальная величина заработной платы (скорректированная на инфляцию) увеличилась на 2,7 %, которая показана на рисунке 2.

Наибольшими темпами заработная плата росла по видам экономической деятельности: здравоохранение и предоставление социальных услуг (120,3 %); гостиницы и рестораны (114,7 %); оптовая и розничная торговля (114,6 %); сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (114,2 %); образование (113,1 %); государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение (112,8 %); предоставление услуг (112,4 %); производство и распределение электроэнергии, газа, воды (112,2 %).

Среднемесячная начисленная заработная плата работников крупных и средних организаций в 2013 году сложилась в размере 26 795,7 рубля (113,2 % к 2012 году).

Наибольшими темпами заработная плата росла в Кизильском (142,2 %), Октябрьском (136,5 %), Нязепе-



Рис. 1. Денежные доходы



Рис. 2. Средняя заработная плата работников

тровском (125,4 %), Варненском (125,1 %), Красноармейском (122 %), Кунашакском (121,9 %), Каслинском (121,8 %), Брединском (121,7 %) Уйском (121,1 %), Кусинском (121 %) муниципальных районах и вКопейском (125,8 %) городском округе.

Просроченная задолженность по заработной плате на предприятиях Челябинской области на 01.02.2014 г. составила 4,6 млн. руб. перед 422 работниками и показана на рисунке 3.

Государственной инспекцией труда в Челябинской области за январь 2014 года проведено 180 проверок по вопросам соблюдения законодательства об оплате труда.

По результатам проверок:

- выявлены факты задержки выплаты заработной платы в 49 хозяйствующих субъектах в отношении 1 817 работников;

- общая сумма произведенных по требованию госинспекторов труда выплат задержанной заработной платы составила 10,9 млн. рублей в отношении 685 работников;

- к административной ответственности за нарушения трудового законодательства привлечены 95 должностных лиц;

- общая сумма штрафов за нарушения требований трудового законодательства составила 1,3 млн. рублей.

Объем платных услуг населению в январе 2014 года составил 10137,8 млн. рублей (98,0 % к январю 2013

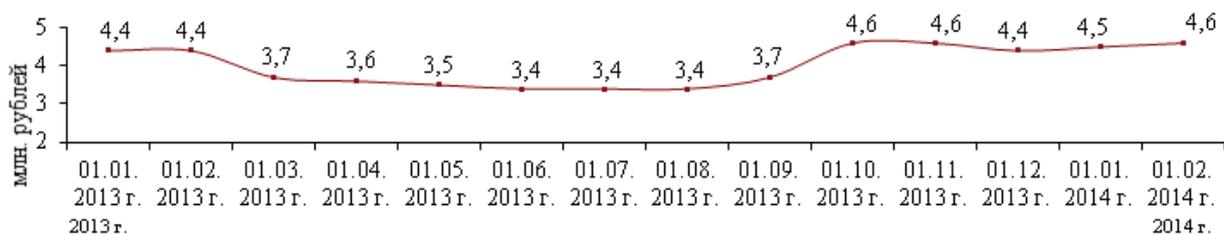


Рис. 3. Просроченная задолженность по заработной плате



Рис. 4. Индекс потребительских цен

года). В структуре платных услуг населению 48,9 % приходилось на коммунальные услуги и услуги связи.

Объем туристских услуг вырос на 17,9 %, медицинских услуг — на 16,5 %, физической культуры и спорта — на 11,7 %, транспортных услуг — на 10,7 %, услуг гостиниц — на 2,4 %, услуг связи — на 1,9 %.

Снизился объем бытовых услуг на 20,3 %, санаторно-оздоровительных услуг — на 11,7 %, ветеринарных услуг — на 10,8 %, услуг правового характера — на 10,5 %, культуры — на 3,8 %, коммунальных услуг — на 1,9 %, услуг системы образования — на 1,6 %.

В январе 2014 года потребительские цены выросли на 0,7 % к предыдущему месяцу, на 5,3 % — к январю 2013 года, показано на рисунке 4.

Цены на продовольственные товары, включая алкогольные напитки, в январе 2014 года по сравнению с декабрем 2013 года возросли на 1,5 % (в январе 2013 года — на 1,4 %), на непродовольственные товары — на 0,4 % (в январе 2013 года — на 0,3 %).

Цены на тарифы и услуги сохранились на прежнем уровне (в январе 2013 года выросли на 0,3 %).

Стоимость минимального набора продуктов питания в январе 2014 года равнялась 2913 рублей в расчете на месяц и по сравнению с декабрем 2013 года выросла на 3,7 %.

В январе 2014 года в Центры занятости населения городов и районов (далее ЦЗН) за содействием в трудоустройстве обратился 7031 человек, что на 16,7 % меньше, чем в январе 2013 года.

Из обратившихся за содействием в трудоустройстве 97,4 % составили граждане, не занятые трудовой деятельностью; женщины — 49,2 %; рабочие — 57,6 %; служащие — 26,3 %; ищущие работу впервые — 16,1 %; доля иностранных граждан и лиц без гражданства составила 0,14 %; доля граждан, стремящихся возобновить трудовую деятельность после длительного перерыва (более 1 года) — 15,5 %.

Количество безработных, состоящих на учёте в ЦЗН, на 01.02.2014 г. составило 30734 человека, что на 8,2 % ниже, чем за аналогичный период 2013 года.

На рисунке 5 представлена численность официально зарегистрированных безработных.

На 1 февраля 2014 года количество имеющихся вакансий в ЦЗН увеличилось на 4,7 % по сравнению с данными на 1 февраля 2013 года и составило 26383 единицы.

В разрезе на рисунке 6, представлен вид налогов, наибольшие поступления в бюджет области обеспечивают:

— налог на доходы физических лиц в объеме 2,1 млрд. рублей (126,6 % к январю 2013 года), доля в доходах областного бюджета составила 47,1 %;

— налог на прибыль организаций — 0,98 млрд. рублей (77,6 %), доля — 22,4 %;

— налог на имущество организаций — 0,1 млрд. руб. (72,3 %), доля — 2 %.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области в 2013 году 867 крупных и средних организаций (71,4 % от общего количества) получили прибыль в размере 57 603,6 млн. рублей (77,2 % к 2012 году). Сумма убытков предприятий равнялась 20 346,6 млн. рублей (140,7 %).

Положительная динамика роста прибыли наблюдается по следующим видам экономической деятельности:

— здравоохранение и предоставление социальных услуг (240,5 % к 2012 году);

— производство и распределение электроэнергии, газа и воды (169,3 %).

Отрицательная динамика имеет место по следующим видам экономической деятельности:

— гостиницы и рестораны (37 % к 2012 году);

— добыча полезных ископаемых (38,7 %);

— обрабатывающие промышленность (65,7 %);

— сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (73,7 %);

— строительство (93,5 %)[4].

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что уровень и качество жизни населения в Челябинской области улучшилось, т. к. увеличился доход населения, средняя заработная плата, уменьшилась официально зарегистрированная безработица.

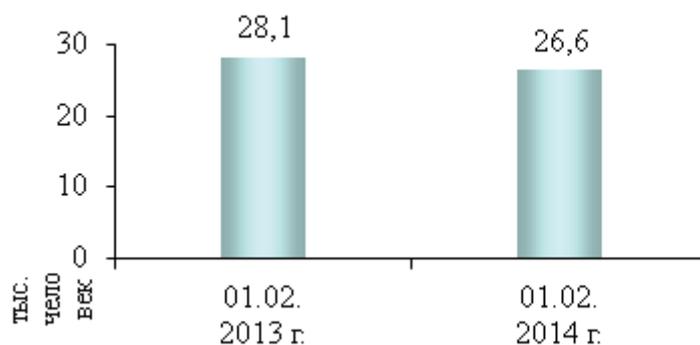


Рис. 5. Численность официально зарегистрированных безработных

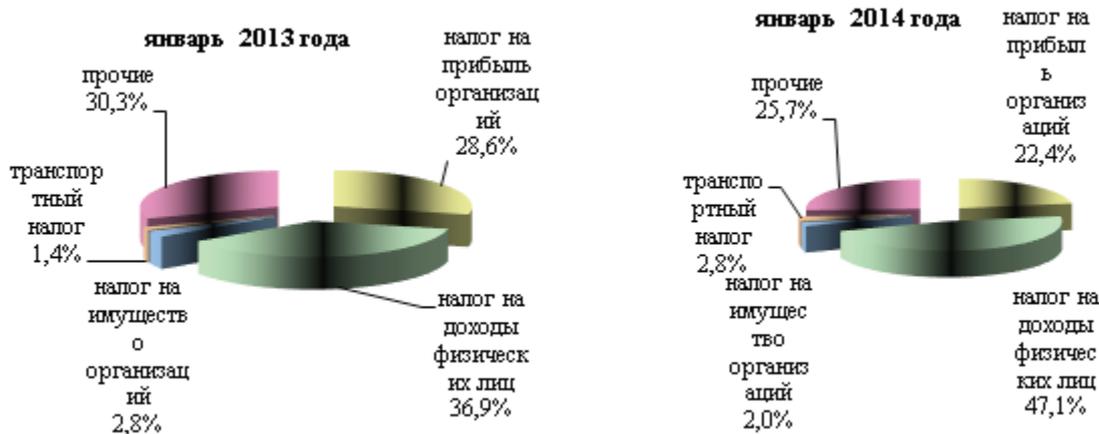


Рис. 6. Виды налогов обеспечивающих наибольшие поступления в бюджет области

Литература:

1. Генкин, Б. М. Экономика и социология труда. Учебник для вузов. — 2-е издание., испр. и доп. — М.: Норма — Инфа. — М., 2009. — 412 с.
2. Осипов, Г. В. — Российская социологическая энциклопедия. — М.: Норма — Инфа — М., 2008. — 672 с.
3. Покидченко, М. Г., Чаплыгина И. Г. — История экономических учений: Учебное пособие. — М.: ИНФРА — М., 2008—271 с.
4. Официальный сайт Челябинской области // Экономика Челябинской области — [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.econom-chelreg.ru/socreview>(дата обращения 10.03.2014)
5. Словарь экономических терминов — [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://www.bank24.ru/info/glossary/?srch=%DD%CA%CE%CD%CE%CC%8%D7%C5%D1%CA%8%9+%CA%D0%8%7%8%D1>(дата обращение 10.03.2014).

Оценка компетенций работников организации как основа формирования системы развития персонала

Пахлова Ирина Витальевна, аспирант

Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова

В статье определено значение построения системы развития компетенций персонала организации в повышении эффективности деятельности организации. Представлена методика оценки компетенций персонала организации. Приведен пример ранжирования некоторых методов оценки компетенций персонала организации путем экспертного оценивания с выявлением степени согласованности мнений экспертов.

Ключевые слова: компетенции, компетентностный подход, оценка компетенций персонала, развитие компетенций персонала.

Условия современной изменчивой рыночной среды требуют от организаций поиска принципиально новых методов осуществления своей деятельности. В ответ на эти требования организации вынуждены формировать адекватные происходящим изменениям стратегии, пересматривая приоритеты в развитии организации [1]. Реализация бизнес-стратегии современных организаций невозможна без квалифицированных и мотивированных работников, уникальные компетенции, профессиональный

и личностный потенциал которых являются ключевым фактором повышения эффективности организации в условиях динамичных изменений внешней среды [2, с. 162].

Для эффективного управления организацией руководством необходимо знание возможностей персонала, предполагающее оценку и изучение компетенций работников с целью максимального использования их потенциала, а также своевременного и целенаправленного его развития [3, с. 69].

Проведение регулярной оценки развития компетенций по значимым для организации параметрам позволяет определить зоны развития персонала, выбрать методы обучения, а также сформировать мотивацию к развитию необходимых организации в данный момент и в будущем компетенций.

Текущая оценка развития компетенций персонала рассматривается как процесс определения эффективности его деятельности в ходе реализации задач организации, что позволяет получить информацию для принятия управленческих решений в области развития и вознаграждения труда персонала [4, с. 132].

Для построения системы развития компетенций персонала, в первую очередь, необходимо проведение оценки компетенций работников организации. На рисунке 1 представлена методика оценки компетенций персонала организации.

На основании приведенной методики оценки персонала на основе компетентностного подхода можно определить компетенции работников, которые необходимо развивать.

Этап проведения оценки компетенций персонала по каждой должностной позиции в организации заключается в определении степени владения работником компетенциями. Для оценки компетенций персонала могут быть применены методы оценки:

«360 градусов»; тестирование, ассесмент-центр и парное сравнение.

Для определения значимости вышеперечисленных методов в системе оценки компетенций персонала организации и оценивания их эффективности можно применить метод экспертного оценивания.

Для определения значимости методов оценки компетенций персонала в качестве экспертов были привлечены пять квалифицированных специалистов в области кадрового менеджмента с достаточным опытом работы, навыками анализа и оценки. Им было предложено проранжировать методы оценки компетенций персонала по критериям универсальности, трудоемкости применения метода, сложности обработки информации и объективности (точности). В таблице 1 приведены результаты ранжирования экспертами методов оценки компетенций по критерию универсальности.



Рис. 1. Методика оценки компетенций персонала организации

Таблица 1

Ранжирование методов оценки компетенций по критерию универсальности

Основные критерии для сравнения методов оценки компетенций	Название метода оценки компетенций			
	Тестирование	Ассесмент-центр	Оценка 360°	Парное сравнение
Эксперт 1	2	4	3	1
Эксперт 2	2	3	4	1
Эксперт 3	3	4	2	1
Эксперт 4	4	3	1	2
Эксперт 5	3	4	2	1
Сумма рангов	14	18	12	6

Чтобы убедиться в согласованности оценок экспертов, можно рассчитать коэффициент конкордации Кендалла, который призван выявить общность мнений по анализируемому вопросу.

Коэффициент конкордации Кендалла, равный < 0,2–0,4 означает слабую согласованность мнений экспертов; равный > 0,6–0,8 означает сильную согласованность.

Рассмотрим подробно пример расчет коэффициента конкордации Кендалла на примере ранжирования методов оценки компетенций по критерию универсальности.

Коэффициент конкордации Кендалла рассчитывается по формуле:

$$W = \frac{12S}{m^2(n^3 - n)} \tag{1}$$

где

m — число экспертов;

n — число факторов;

S — сумма квадратов разностей рангов.

Сумму квадратов разностей рангов (S) можно рассчитать по двум формулам:

$$S = \sum_{j=1}^n (\sum_{i=1}^m R_{ij})^2 - \frac{(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m R_{ij})^2}{n} \tag{2}$$

где

$\sum_{j=1}^n (\sum_{i=1}^m R_{ij})^2$ — сумма квадратов суммы рангов, полученных по каждому рассматриваемому методу оценки компетенций;

$\sum_{j=1}^n (\sum_{i=1}^m R_{ij})$ — сумма рангов, предоставленных всеми экспертами;

или по формуле:

$$S = \sum_{j=1}^n (\sum_{i=1}^m A_{ij} - \frac{1}{2}m(n+1))^2 \tag{3}$$

где

$\sum_{j=1}^n (\sum_{i=1}^m A_{ij})$ — сумма рангов, полученных по каждому рассматриваемому методу оценки компетенций;

$$\frac{1}{2} m(n+1) \text{ — среднее значение рангов.}$$

Рассматривая формулу (2), рассчитаем значение

$$\sum_{j=1}^n (\sum_{i=1}^m R_{ij})^2 \cdot$$

$$\sum_{i=1}^n (\sum_{j=1}^m R_{ij})^2 = 14^2 + 18^2 + 12^2 + 6^2 = 700.$$

$$\left(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m R_{ij} \right)^2 = 14 + 18 + 12 + 6 = 50.$$

Рассчитаем значение суммы квадратов разностей рангов S по формуле (2) и формуле (3).

По формуле (2): $S = 700 - 50^2 / 4 = 75$.

По формуле (3): $S = (14 - 12,5)^2 + (18 - 12,5)^2 + (12 - 12,5)^2 + (6 - 12,5)^2 = 1,5^2 + 5,5^2 + (-0,5)^2 + (-6,5)^2 = 2,25 + 30,25 + 0,25 + 42,25 = 75$.

Рассчитываем коэффициент конкордации Кендалла следующим образом:

$$W = 12 \cdot 75 / 5^2 (4^3 - 4) = 900 / 1500 = 0,6.$$

На основании полученного результата, можно сделать вывод, что согласованность оценок экспертов при ранжировании методов оценки компетенций по критерию универсальности является сильной.

Аналогично приведенному примеру рассчитаем коэффициент конкордации Кендалла при ранжировании экспертами методов оценки компетенций по критерию трудоемкости применения метода. Результаты указанного ранжирования приведены в таблице 2.

Рассматривая формулу (2), рассчитаем значение

$$\sum_{j=1}^n (\sum_{i=1}^m R_{ij})^2 \cdot$$

$$\sum_{i=1}^n (\sum_{j=1}^m R_{ij})^2 = 16^2 + 7^2 + 11^2 + 16^2 = 682.$$

$$\left(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m R_{ij} \right)^2 = 16 + 7 + 11 + 16 = 50.$$

Таблица 2

Ранжирование основных методов оценки компетенций по критерию трудоемкости применения метода

Основные критерии для сравнения методов оценки компетенций	Название метода оценки компетенций			
	Тестирование	Ассесмент-центр	Оценка 360°	Парное сравнение
Эксперт 1	4	1	3	2
Эксперт 2	2	1	4	3
Эксперт 3	3	2	1	4
Эксперт 4	4	1	2	3
Эксперт 5	3	2	1	4
Сумма рангов	16	7	11	16

Рассчитаем значение суммы квадратов разностей рангов S по формуле (2) и формуле (3).

По формуле (2): $S = 682 - 50^2 / 4 = 57$.

По формуле (3): $S = (16 - 12,5)^2 + (7 - 12,5)^2 + (11 - 12,5)^2 + (16 - 12,5)^2 = 3,5^2 + (-5,5)^2 + (-1,5)^2 + (-3,5)^2 = 12,25 + 30,25 + 2,25 + 12,25 = 57$.

Рассчитываем коэффициент конкордации Кендалла следующим образом:

$W = 12 * 57 / 5^2 (4^3 - 4) = 900 / 1500 = 0,456$.

На основании полученного результата, можно сделать вывод, что согласованность оценок экспертов при ранжировании методов оценки компетенций по критерию трудоемкости применения метода является средней.

Далее рассмотрим согласованность мнений экспертов при ранжировании экспертами методов оценки компетенций по критерию сложности обработки информации. Результаты указанного ранжирования приведены в таблице 3.

Таблица 3

Ранжирование основных методов оценки компетенций по критерию сложности обработки информации

Основные критерии для сравнения методов оценки компетенций	Название метода оценки компетенций			
	Тестирование	Ассесмент-центр	Оценка 360°	Парное сравнение
Эксперт 1	1	4	3	2
Эксперт 2	2	3	4	1
Эксперт 3	2	4	3	1
Эксперт 4	1	3	4	2
Эксперт 5	3	4	2	1
Сумма рангов	9	18	16	7

Рассматривая формулу (2), рассчитаем значение

$$\sum_{j=1}^n (\sum_{i=1}^m R_{ij})^2$$

$$\sum_{i=1}^n (\sum_{j=1}^m R_{ij})^2 = 9^2 + 18^2 + 16^2 + 7^2 = 710$$

$$\left(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m R_{ij} \right)^2 = 9 + 18 + 16 + 7 = 50$$

Рассчитаем значение суммы квадратов разностей рангов S по формуле (2) и формуле (3).

По формуле (2): $S = 710 - 50^2 / 4 = 85$.

По формуле (3): $S = (9 - 12,5)^2 + (18 - 12,5)^2 + (16 - 12,5)^2 + (7 - 12,5)^2 = 3,5^2 + 5,5^2 + 3,5^2 + (-5,5)^2 = 12,25 + 30,25 + 12,25 + 30,25 = 85$.

Рассчитываем коэффициент конкордации Кендалла следующим образом:

$W = 12 * 85 / 5^2 (4^3 - 4) = 1020 / 1500 = 0,68$.

На основании полученного результата, можно сделать вывод, что согласованность оценок экспертов при ранжировании методов оценки компетенций по критерию сложности обработки информации является сильной.

В завершении рассмотрим согласованность мнений экспертов при ранжировании экспертами методов оценки компетенций по критерию объективности (точности). Результаты указанного ранжирования приведены в таблице 4.

Таблица 4

Ранжирование основных методов оценки компетенций по критерию объективности (точности)

Основные критерии для сравнения методов оценки компетенций	Название метода оценки компетенций			
	Тестирование	Ассесмент-центр	Оценка 360°	Парное сравнение
Эксперт 1	2	4	3	1
Эксперт 2	3	2	4	1
Эксперт 3	1	3	4	2
Эксперт 4	2	4	3	1
Эксперт 5	1	4	3	2
Сумма рангов	9	17	17	7

Рассматривая формулу (2), рассчитаем значение

$$\sum_{j=1}^n (\sum_{i=1}^m R_{ij})^2 \cdot$$

$$\sum_{i=1}^n (\sum_{j=1}^m R_{ij})^2 = 9^2 + 17^2 + 17^2 + 7^2 = 708.$$

$$\left(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m R_{ij} \right)^2 = 9 + 17 + 17 + 7 = 50.$$

Рассчитаем значение суммы квадратов разностей рангов S по формуле (2) и формуле (3).

По формуле (2): $S = 708 - 50^2 / 4 = 83$.

По формуле (3): $S = (9-12,5)^2 + (17-12,5)^2 + (17-12,5)^2 + (7-12,5)^2 = -3,5^2 + 4,5^2 + 4,5^2 + (-5,5)^2 = 12,25 + 20,25 + 20,25 + 30,25 = 83$.

Рассчитываем коэффициент конкордации Кендалла следующим образом:

$$W = 12 \cdot 83 / 5^2 (4^3 - 4) = 996 / 1500 = 0,664.$$

Таким образом, согласованность оценок экспертов при ранжировании методов оценки компетенций по критерию объективности (точности) является сильной.

Рассчитаем среднюю арифметическую величину на основании полученных результатов согласованности мнений экспертов при ранжировании методов оценки компетенций.

$$\bar{X} = (0,6 + 0,456 + 0,68 + 0,664) / 4 = 0,6.$$

В целом, можно говорить о высокой согласованности оценок экспертов при проведении ранжирования методов оценки компетенций персонала по выбранным критериям.

Для определения значимости рассматриваемых в данной статье методов в системе оценки компетенций персонала организации просуммируем итоговые значения рангов, полученные в результате ранжирования по каждому критерию (таблица 5).

Таблица 5

Итоговые результаты экспертного оценивания методов оценки компетенций

Критерий	Название метода оценки компетенций			
	Тестирование	Ассесмент-центр	Оценка 360°	Парное сравнение
Универсальность	14	18	12	6
Трудоемкость применения метода	16	7	11	16
Сложность обработки информации	9	18	16	7
Объективность (точность)	9	17	17	7
Итого	48	60	56	36

Полученные данные показали, что наиболее подходящими для оценки компетенций персонала является совокупность следующих методов:

- ассесмент-центр;
- оценка 360 градусов;
- тестирование.

Совокупность данных методов оценки позволит получить наиболее объективную и достоверную информацию об уровнях развития компетенций у оцениваемых работников.

В заключение можно отметить, что приведенные методы оценки компетенций имеют общую цель, заключающуюся в выявлении степени выраженности компетенций работников организации, определения областей обучения и развития работников в целях их приведения к необходимым требованиям организации [5, с. 207]. В системе кадрового менеджмента организаций результатом повышения уровня знаний, совершенствования навыков, развития компетенций работников должно стать повышение результативности труда и организационные изменения,

которые способны повысить конкурентоспособность и эффективность работы организации в целом.

Главной задачей развития компетенций персонала является формирование уникальных компетенций персонала, их эффективное использование и совершен-

ствование для создания конкурентного преимущества организации [6, с. 52]. Развитие компетенций персонала является эффективным инструментом в достижении целей функционирования организации, обеспечивающих поступательное развитие в долгосрочной перспективе [7].

Литература:

1. Ксенофонтова, Х. З. Стратегически — компетентностный подход развития компетенций управленческого персонала. // Современные технологии управления. 2013. №1 (25). — Режим доступа — свободный <http://sovman.ru/all-numbers/archive-2013/january2013/item/140-01-25-13.html>.
2. Пахлова, И. В. Значение компетентностного подхода в управлении персоналом современных организаций // Молодой ученый. 2014. №12. С. 162–169.
3. Пахлова, И. В. Теоретические аспекты построения системы управления персоналом организации на основе компетентностного подхода. // Сборник публикаций центра экономических исследований: «Прогноз и планирование экономической деятельности субъектов рыночных отношений: вызовы и решения»: сборник со статьями (уровень стандарта, академический уровень). С-П.: Центр экономических исследований, 2014. -76 с.
4. Заика, М. М. Методический подход к процессу оценки развития компетенций персонала. // Корпоративный менеджмент. №2. 2012. с. 132–135.
5. Ткаченко, О. А. Развитие персонала предприятия на основе компетентностного подхода. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Т. II. / Тюмень: ТюмГНГУ, 2013. с. 206–208.
6. Ксенофонтова, Х. З. Механизм развития компетенций управленческого персонала предприятия корпоративного типа. // Инновационные образовательные технологии №2. 2010. с. 52–58.
7. Горячкина, Н. А. Аналитические методы как инструмент оценки компетенций персонала предприятия. — Режим доступа — свободный <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/3091.pdf>.

Проблемы корпоративного менеджмента в России

Рогозин Александр Романович, магистрант

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург)

Многочисленные проблемы российского корпоративного менеджмента уходят корнями как в начало девяностых годов, так и в советское прошлое в целом. Имеет место российская специфика, напрямую связанная с комплексом предпосылок, часть из которых сформировалась в условиях приватизации, часть — ещё до распада СССР. Несмотря на внушительный возраст и степень научной изученности, данная проблема не теряет своей актуальности и продолжает привлекать внимание как отечественных, так и зарубежных исследователей, что напрямую связано с динамикой развития самой проблемы. Настоящая статья есть попытка выделить наиболее важные проблемы современного корпоративного менеджмента в России и обозначить предпосылки, приведшие к таковым, а также кратко затронуть проблему состояния российского менеджмента в целом.

Кардинальные перемены, ознаменованные уходом советской власти, оставили глубокий отпечаток во всех сферах жизни страны, наиболее сильно затронув российскую экономику. Однако реформы, какими бы радикальными они ни были, не могут изменить всё. И если государственный строй можно сменить, структуру преобразовать, а институты реформировать, то стереть возвращаемые

десятилетиями социальные конструкты порой практически невозможно. Таким образом, даже в диаметрально противоположенной плановой экономике системе, российскому предпринимателю сложно избавиться от того идейного багажа, который он унаследовал от советской власти. В прошлом являвшееся «чёрным ящиком» [4], предприятие во многом осталось таковым: нередки случаи скрытия подлежащей предоставлению в открытый доступ информации — в особенности касающейся финансовой отчётности; случаи отказа акционерам в праве участия на общих собраниях тоже не являются редкостью [9]. На этом фоне хорошо просматриваются очевидные страх и обеспокоенность зарубежного инвестора при инвестировании в российский бизнес. Практически полное отсутствие какой-либо информационной прозрачности нельзя назвать благоприятным фактором, способствующим потоку инвестиций. Следуя подобной логике, было бы разумным предположить, что необходимо повышать прозрачность предприятия. Но о каком повышении прозрачности может идти речь в условиях невыгодности и рискованности последней для собственников? Российский предприниматель и акционер знают, что повышение прозрачности и информационной открытости повлечёт за

собой риски лишиться собственности в результате действий коррумпированных чиновников и силовых структур, ведь чем более «открыто» предприятие, тем оно более уязвимо для контролирующих органов. Высокий уровень коррупции в правоохранительных органах и судебной системе тоже неизбежно оказывает воздействие на корпоративный менеджмент, часто отсекая возможности отстаивать интересы законным путём. Таким образом, являясь центральным и во многом определяющим «правила игры» актором, посредством неблагоприятной для бизнеса политики государство зачастую тормозит развитие эффективного корпоративного менеджмента. Как запущенная старая травма, оставшаяся в наследство от СССР общая закрытость фирмы и только усугубляющая положение политика правительства продолжают негативно влиять на весь организм российского бизнеса, подготавливая почву для всё новых осложнений.

Мышление советского типа так или иначе тормозило и тормозит развитие эффективного менеджмента: бессознательная акцентуация на краткосрочном периоде (и, как следствие, неспособность рационального долгосрочного планирования), излишний авторитаризм и общая управленческая негибкость являются его непосредственными результатами. Возвращаясь к проблеме инвестиционной привлекательности, важно подчеркнуть ту огромную роль, которую оказывает на неё система корпоративного управления в целом. Даже попытавшись абстрагироваться от проблем, связанных с советским наследием, мы неизбежно сталкиваемся с рядом осложнений, являющихся его косвенными результатами. Так, отсутствие на момент перехода от одной экономики к другой необходимого гибкого законодательства, отвечавшего бы требованиям своего времени и последующие попытки ввести таковое привели к тому, что можно видеть (а если быть точнее, не видеть) сегодня: нынешней системе норм, принципов и процедур управления на предприятии. Российская специфика такова, что попытки перенять зарубежные принципы управления часто не имеют успеха. Образно выражаясь, в конечном итоге происходит либо отторжение донорской ткани (коей являются иностранные практики), либо её видоизменение посредством частичной или полной мутации — попытки внести в молодой отечественный бизнес-организм характерные зарубежным зрелым системам изменения не имеют успеха. Российская специфика диктует свои условия и обладает собственной атмосферой, порой совершенно непригодной для выживания в ней зарубежных методов и моделей. Простой пример — абсолютная неэффективность модели оценки доходности капитальных активов (САРМ) в российских условиях. Таким образом, вышеупомянутая система норм, принципов и процедур корпоративного управления, имеющая место в сегодняшней России, зачастую не отвечает взглядам зарубежных инвесторов на то, какой она должна быть. Существующий ныне Кодекс корпоративного поведения [10] (от 5 апреля 2002 года) во многом оказался самым успешным решением по повышению эффектив-

ности корпоративного менеджмента, но он не стал (и не мог стать) панацеей. Кроме того, нельзя не принимать во внимание те процессы, на фоне которых формировалась структура российского корпоративного менеджмента. Приватизация, период первоначального накопления капитала и отсутствие должного опыта управления привели к слепым попыткам копирования западных практик с одной стороны, и к интуитивной адаптации и трансформации привычных практик с другой. Это, в свою очередь, стало базой для складывания такой системы, при которой собственность часто концентрировалась в руках либо одного акционера, либо узкого круга таковых. Кроме того, стали характерными такие черты, как прямое участие доминирующего акционера в процессе управления и поддержание тесных контактов с представителями органов власти [8]. Касаясь непосредственно управления организацией, ситуация порой обостряется применением мер, выходящих за рамки общепринятой этики: в интересах отдельных лиц возможны такие действия, как вышеупомянутый отказ в допуске на собрания акционеров, увод активов, увод акций или размывание пакетов акций. С другой стороны, подобные меры сами по себе формируют новую «этику», которая в конечном итоге становится повседневной реалией и нормой в практиках управления. Исходя из тезиса Питера Бергера о том, что не только общество предопределяет поведение индивида, но и поведение каждого отдельно взятого индивида оказывает непосредственное воздействие на общество в целом [2], представляется возможным экстраполировать данное суждение и на сферу корпоративного управления, о чём свидетельствует изложенное выше: как бы возмутительно или неприемлемо это ни звучало, но на сегодняшний день для многих российских управленцев подобные практики стали обыденностью. С точки зрения развития эффективного корпоративного управления такие практики осуждаются, однако с точки зрения эволюционного (и, применимо к России, в большей части революционного) развития это не хорошо и не плохо — это адекватно текущему этапу развития, на котором находится страна.

Одной из немаловажных причин, не позволяющих развиваться российскому корпоративному менеджменту является нежелание большинства руководителей российских компаний рассматривать корпоративное управление в качестве одного из основных ресурсов успешного развития [3]. Так, лишь треть руководителей не склонна мыслить в подобном ключе.

Многие проблемы современного российского корпоративного управления носят фундаментальный характер и выстраиваются в стройную цепочку, каждое из звеньев которой неразрывно связано друг с другом. Как невозможно вылечить заражённый вирусом организм не уничтожив сам вирус, так и невозможно разорвать самые крепкие из звеньев этой цепи, не разорвав перед этим самые хрупкие из них. Как невозможно максимально близко перевести фразу с одного языка на другой без полного представления о контексте, так и невозможно ре-

шить имеющие место в российском корпоративном менеджменте проблемы без знания текущего правового и социального контекстов — понимание этих аспектов является ключевым фактором в эффективной борьбе против пустивших корни закономерностей, не позволяющих развиваться корпоративному менеджменту в России. Чтобы обеспечить перестройку вершины пирамиды, необходимо вначале преобразовать её основание. Таким образом будет обеспечен не только естественный переход от революционного развития к эволюционному, но и долговременный, имеющий реальный вид характер изменений.

Принимая во внимание вышеизложенные аспекты корпоративного менеджмента в России, представляется уместным привести некоторые предложения и рекомендации, принятие которых во внимание позволило бы в перспективе преодолеть проблемы, возникающие в российской практике корпоративного управления:

1. В целях повышения инвестиционной привлекательности российских компаний недостаточно просто обеспечить активизацию деятельности, направленной на разработку Кодексов корпоративного управления. Подобные действия могут убедить инвесторов в информационной прозрачности компании и её деятельности в интересах всех акционеров, но они не могут дать гарантий. Таким образом, создание привлекательной «обёртки» в лице кодекса не может компенсировать отсутствие «конфеты» под этой обёрткой. Напротив, могут быть созданы условия, могущие повлечь за собой снижение инвестиционной привлекательности в связи с обманутыми ожиданиями инвесторов.

2. Повышение прозрачности бизнеса при помощи использования международных стандартов учёта и отчётности невозможно в условиях, при которых сама прозрачность для собственников нежелательна и опасна. Прозрачность можно повысить перейдя от российских стандартов к международным (МСФО), но для этого, например, необходимо провести переоценку основных средств, что невыгодно, так как в перспективе ведёт к увеличению налогового бремени. Подобные кластеры факторов образуют замкнутые круги, не позволяющие решить последующие ряды проблем.

3. Совершенствование текущего корпоративного законодательства видится действенной мерой, однако в на-

стоящем политическом контексте практическое воплощение данной идеи представляется маловероятным. Безусловно, такие решения как обеспечение баланса интересов миноритарных и мажоритарных акционеров могут помочь развитию эффективного корпоративного управления, однако для принятия этих решений требуется не только время, но и выгода тем, кто эти решения принимает.

Если же абстрагироваться от корпоративного управления и обратиться к российскому менеджменту в целом, то видится возможным выделить несколько наиболее важных проблем, таких как: чрезмерная ориентированность на контроль, нехватка дисциплины, низкая степень инициативности и высокая расточительность [1]. Помимо вышеизложенного, кажется приемлемым отдельно затронуть проблему нежелания менеджеров брать ответственность за принятые решения. В частности, об этом пишет Сеннет Р. [7] — нынешние менеджеры, руководствуясь определёнными типами лидерства, автоматически складывают с себя ответственность. Данная проблема в особенности имеет место в России, что связано как с активным копированием зарубежных методов управления, так и со старым мышлением, ориентированным на поиск виновного.

Резюмируя, можно выделить два главных проблемообразующих кластера предпосылок:

1. Геронтократичное управленческое мышление, унаследованное от Советского Союза и до сих пор присутствующее в значительной части российского бизнеса.

2. Высокая степень бюрократизма вкупе с отсутствием должного законодательства, отсекающие возможности эволюционного развития корпоративного менеджмента. С другой стороны, надежда на революционные изменения путём совершенствования корпоративного законодательства недостаточно высока, чтобы быть оправданной в ближайшее время.

Так или иначе, никакое развитие невозможно без изменений. Пусть и с разной скоростью, но эти изменения неизбежно совершаются и с высокой долей вероятности будут продолжать совершаться. Каким бы проблемным ни был российский менеджмент, его развитие также не стоит на месте, и, со слов Ицхака Адизеса, надежда у него всё-таки есть.

Литература:

1. Адизес, И. К. Проблемы менеджмента в России / И. К. Адизес. [Электронный ресурс] // executive.anp.ru: сайт Института бизнеса и делового администрирования. URL: <http://blog-executive.ranepa.ru/admin/2072/>
2. Бергер, П. Приглашение в социологию: гуманистическая перспектива / Пер. с англ. О. А. Оберемко под ред. Г. С. Батыгина. М.: Аспект-Пресс, 1996.
3. Дегтярёва, В. И, Петрова Н. А. Проблемы корпоративного управления в России и пути их преодоления. / В. И Дегтярёва, Н. А. Петрова. — Вестник УГАТУ, 2011. Т. 15, №3. с. 183—189.
4. Долгопятова, Т. Г. Эмпирические обследования предприятий: методы и практика / Т. Г. Долгопятова. — Экономический журнал ВШЭ, 2008. №1. с. 76—105.
5. Кодекс корпоративного поведения. [Электронный ресурс] // cbr.ru: сайт ФКЦБ РФ. URL: http://www.cbr.ru/sbrfr/archive/isir/fkcb_fims/catalog.asp@ob_no=1772.html

6. Молинеус, с. Проблемы корпоративного управления в России / с. Молинеус. [Электронный ресурс] // e-xecutive.ru: бизнес-портал. URL: <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/339388/>
7. Сеннет, Р. Коррозия характера / Р. Сеннет; пер. с англ. В. И. Супруна. — Н.: ФСПИ «Тренды», 2004. — 296 с.
8. Шастико, А. Е. Проблемы корпоративного управления и пути их решения в корпоративном законодательстве. / А. Е. Шастико. [Электронный ресурс] // НСКУ: сайт национального совета по корпоративному управлению. URL: <http://www.nccg.ru/site.xp/049051052124050050053.html>
9. Молинеус, с. Проблемы корпоративного управления в России. URL: <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/339388/>
10. Кодекс корпоративного поведения. URL: http://www.cbr.ru/sbrfr/archive/fsfr/fkcb_ffms/catalog.asp@ob_no=1772.html

Фирменный стиль — залог конкурентоспособности туристской организации

Савенкова Ирина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;

Кульш Маргарита Ивановна, ассистент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В настоящее время на рынке туристских услуг наблюдается острая конкуренция между организациями. Чтобы выжить в этих нелегких условиях, им необходимо постоянно стремиться к достижению высокой степени конкурентоспособности, для чего применять всевозможные методы, среди которых являются и маркетинговые ходы. В последнее десятилетие в маркетинге сложилось целое направление коммуникаций, которое заключается в процессе разработки фирменного стиля.

Под фирменным стилем организации понимают набор цветовых, графических, словесных, типографских и дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления.

Фирменный стиль считается первоосновой любой организации, так как это главное средство формирования имиджа предприятия. Его наличие делает компанию солидной в глазах клиентов и партнеров, особенно это относится к предприятиям туристской индустрии, в силу специфики производимого ими продукта, представленного в форме услуги. С помощью фирменного стиля любая туристская организация будет всем преподносить информацию о том, что она успешна, а ее основатель — лидер. Но не все управленцы уделяют должное внимание процессу формирования фирменного стиля по причине недооценивания его значения. Задача фирменного стиля заключается в закреплении в сознании покупателей положительных эмоций, связанных с оценкой качества продукции, ее безупречности и высокого уровня обслуживания, а также в обеспечении продукции и самой компании особой узнаваемости. Это во многом совпадает с PR-целями.

Как показывает практика, собственный фирменный стиль необходимо разрабатывать сразу же, как только образовалась организация, особенно если на рыночной нише наблюдается усиленная конкурентная борьба. Вполне вероятно, что организация, только начавшая свою деятель-

ность, не сможет охватить всю полноту такого явления, как фирменный стиль, но с другой стороны, начав действовать на рынке без определенных атрибутов, она упустит необходимое время, откладывая «на потом» формирование у потребителя образа организации. Более того, определенный «рекламный базис», накопленный фирмой, будет утрачен, так как на рынке возникнет как бы совсем другое предприятие с другими атрибутами фирменного стиля.

Фирменный стиль в жизни любой организации, в том числе и туристской, выполняет достаточно важные функции, в числе которых имиджевая, идентифицирующая и дифференцирующая.

Имиджевая функция обозначает формирование и поддержку быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа организации, что способствует повышению ее престижа и репутации. Положительное восприятие организации целевой аудиторией переносится и на ее продукцию. Многие люди считают качество товаров и услуг с известным товарным знаком намного превосходящим качество анонимных изделий и готовы заплатить за них больше, повышая тем самым конкурентоспособность организации. Идентифицирующая функция гласит о том, что фирменный стиль способствует идентификации товаров, услуг и рекламы и указывает на их связь с организацией и их общее происхождение. Дифференцирующая функция фирменного стиля организации обозначает выделение товаров, услуг и рекламы фирмы из общей массы аналогичных. Фирменный стиль является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю ориентироваться в потоке товаров, услуг и рекламы, облегчает процесс выбора.

Фирменный стиль формируется из многих элементов (рис. 1). Он зависит от конкретных задач, стоящих перед организацией и её потребностей. Разнообразие носителей фирменного стиля закрепляет привлекательный имидж организации.

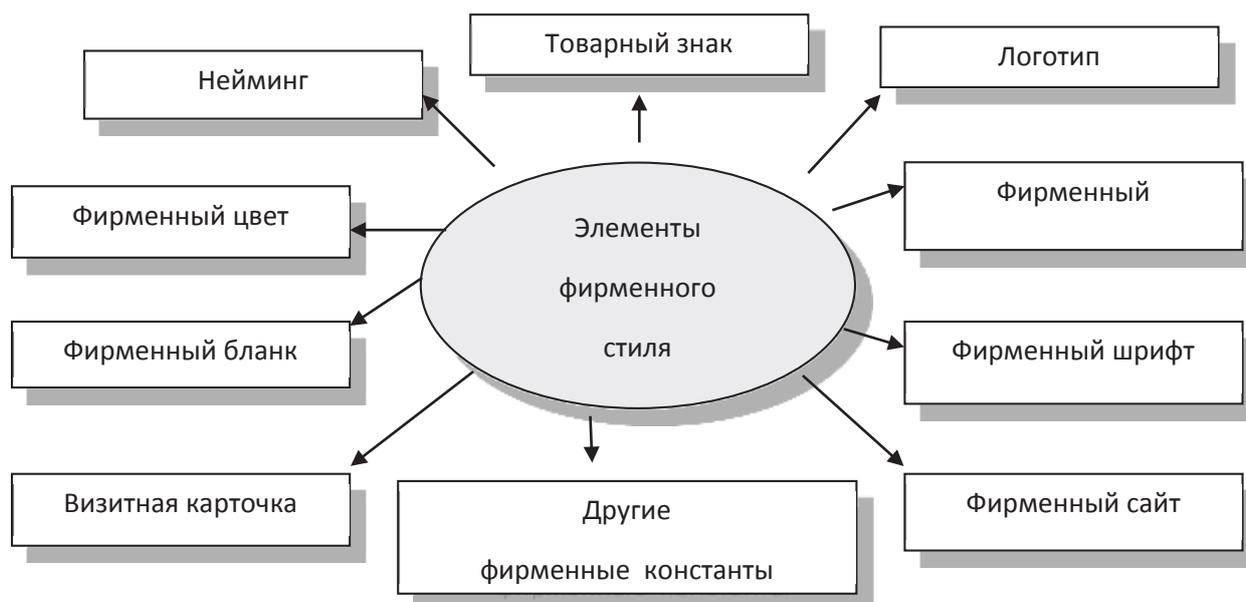


Рис. 1. Элементы фирменного стиля организации

Необходимо заметить, что даже если руководство компании не уделяет должного внимания разработке фирменного стиля, он в любом случае сложится сам собой, но будет выглядеть абсолютно бессистемно и хаотично, почему требует управленческого процесса.

Управление фирменным стилем туристской организации представляет собой целенаправленные действия по формированию желаемого образа организации в глазах определенных групп общественности. Эффективность управления фирменным стилем формирует устойчивое положение организации в конкурентной среде за счет повышения узнаваемости в сравнении с другими компаниями, укрепляет доверие со стороны целевых аудиторий, снижает совокупные расходы на организацию PR-кампаний, повышает популярность и желательность товаров и услуг для основных потребителей, укрепляет и развивает организационную культуру и корпоративную идентичность.

Созданный целевой образ организации, способствующий формированию положительного мнения о ней в глазах разных групп общественности оказывает первичное влияние на формирование у потенциальных клиентов интереса и доверия к компании, к ее услугам на уровне восприятия маркетинговой информации, а также является предпосылкой для аудитории в части возникновения ожидаемых действий в отношении организации, что в целом способствует повышению ее конкурентоспособности.

В части формирования благоприятного фирменного стиля туристских предприятий в настоящее время существует ряд проблем и четко выявленные тенденции. Руководители туристских фирм не достаточно внимания уделяют данному вопросу, а если углубиться, то он если и стоит в планах организации, то далеко не в первых пунктах.

В процессе исследования авторами был проведен анализ туристских предприятий, осуществляющих свою деятельность на территории города Белгорода на вопрос наличия фирменного стиля, результаты которого показали, что действительно далеко не все управленцы считают проблему формирования фирменного стиля актуальной для их организации.

Безусловным атрибутом любой туристической компании является ее нейминг, который в полной мере должен соответствовать профилю ее деятельности. В городе Белгород функционирует более 100 туристских компаний, турагентств, туроператоров [5]. В их числе, например, существуют такие фирмы с названиями, как «Мир без границ», «4 сезона», «Агентство Горящих Путевок», «Клуб Путешественников». Они однозначно будут привлекать внимание клиента, который находится в поиске интересующего его тура. Существуют и такие названия, которые никак не отражают суть деятельности: «Кенгуру», «Мармелад», «Розовый слон», «Караван», «Мандарин» и многие другие. На ряду с этим, практически все турфирмы имеют собственный логотип. Одни из них не оставляют сомнения, что они олицетворяют фирму, которая занимается организацией отдыха (рис. 2.а), а другие — заставляют задуматься о роде деятельности (рис. 2.б).

В настоящее время достаточно распространенным, можно сказать, даже обязательным, является наличие слогана организации, который является главным дополнением к неймингу (рис. 2.в), особенно если название этой компании не связано с туристической деятельностью. Например:

- Натали Турс: «Хорошо упакованный отдых»;
- турфирма Ильиной: «Порядочность. Ответственность. Профессионализм»;

- сеть Магазинов Горящих Путевок: «Вам позавидуют попутчики...»;
- туристическая компания «Роза Ветров»: «Держи курс по Розе Ветров!»;
- Premium Travel — «У нас есть девиз — выполним любой каприз!».

Формируя фирменный стиль, туристические компании используют различные шрифты, которые являются индивидуальностью каждой из них. Так, например, у фирм «Роза-тур», «Влад Мира — Турс», «Сан Дали», «Море Странствий» шрифты наиболее изысканные. У компаний «Центр Мира», «Блюскай», «МАГЕЛЛАН», «ЗАРЯ» оформление имеет более строгий характер, что предполагает более консервативное отношение к бизнесу (рис. 3).

Одним из элементов имиджа туристских организаций выступают корпоративные цвета, выбор которых определяется спецификой сферы деятельности и отражает стереотипные представления клиентов о символических значениях цветовой гаммы.

Анализ корпоративных цветов предприятий туризма, позволил выявить тенденцию в выборе компаниями совокупности фирменных цветов. Так, среди фирменных цветов преобладают голубой, желтый и красный. Данную тенденцию мы можем наблюдать и если обратимся к ло-

готипам, представленным на рисунках 2 и 3. Процент использования этих цветов достигает 60 %. Они отражают особенность деятельности туристских компаний, связанных с организацией отдыха, созданием условий для получения клиентами положительных эмоций, предоставлением услуг по организации досуга потребителей. Выбор фирменных цветов названной гаммы компаниями сферы туризма связан с символикой цвета и спецификой его восприятия.

Следует отметить, что единого толкования символического значения фирменных цветов нет. Во многом символика цвета определяется культурологическими цветовыми ассоциациями, генетическим импринтингом, связанным с реакцией на цветовые сигналы природы. Красный цвет обладает сильным притягательным воздействием. В природе он является цветом изобилия (например, как цвет спелых ягод). Красный цвет в фирменном стиле туристской организации символизирует активность компании, ее стремление к лидерству, привлекает внимание энергичных и оптимистичных людей, создает настроение праздника и удачи. Желтый цвет, распространенный в природе, символизирует щедрость и ассоциируется с весельем, радостью, развлечением, молодостью. В контексте компаний туризма этот цвет символизирует солнце,



Рис. 2. Логотипы туристических фирм



Рис. 3. Логотипы туристических фирм с различными фирменными шрифтами

жизнерадостность, цвет песчаного пляжа, что в совокупности ориентировано на формирование ожидания беззаботного отдыха. Голубой цвет вызывает ощущение спокойствия, благополучия. Исходя из того, что в природе это цвет безоблачного неба, а разные его оттенки ассоциируются с цветом моря, воды, использование его в фирменных цветах туристских компаний является вполне закономерным с точки зрения стереотипности цветового восприятия. В фирменных цветах организаций туризма довольно часто можно встретить и белый цвет, который ассоциируется с чистотой, новизной и является олицетворением высокого качества [4].

Единый фирменный стиль — это залог высокой степени конкурентоспособности, благоприятного имиджа компании и нескончаемого потока клиентов. Именно поэтому в процессе формирования и закрепления фирменного стиля важно разнообразие носителей фирменного стиля. Таковыми могут являться и все формы рекламы (реклама в СМИ, на радио, телевидении, транспорте и т. д.), атрибуты деловой деятельности (печать фирмы, папки для документов, конверты, визитки и т. д.), средства идентификации и ориентации (указатели расположения, направления, вывески, корпоративная одежда сотрудников и т. д.), атрибуты презентация и PR-кампаний (буклеты, календари, информационные листы, корпоративные сувениры и т. д.). Исследование туристских организаций показало, что единичные предприятия используют единый фирменный стиль в своей работе, а также используют разнообразные его носители, что говорит о незрелости осознания руководителями изучаемой нами проблемы. Например, визитная карточка — это тот элемент фирменного стиля компании и одновременно его носитель, который стал наиболее привычным в рабочей и повседневной жизни. Поэтому наличие визиток наблюдается практически во всех туристских организациях, чего не скажешь о фирменных бланках. Наличие и использование последних придает работе организации особый статус, но как считают многие руководители, фирменные бланки — это чрезмерная вычурность, которая не стоит времени и денежных затрат.

Глубоким убеждением в среде туристического бизнеса является мнение о том, что с помощью веб-сайтов можно много достичь в части наработки клиентской базы, закрепления положительного имиджа организации и повышения ее конкурентоспособности. Данное мнение имеет место быть, если сохраняются необходимые условия, в числе которых и соблюдение единых правил и норм фирменного стиля.

Туристический сайт должен выполнять единственную функцию: быть витриной туристического агентства, на которой всегда выкладывается самый ходовой и привлекательный товар, то есть туры и все, что с ними связано. Так как в настоящее время все туристические компании имеют свои сайты в интернете, то каждая из фирм старается сделать свой сайт как можно красочнее, привлекательнее, но не всегда достаточно информативно. В среде

туристического бизнеса сформировались определенные правила, то есть для получения максимального эффекта, страница должна быть сделана так, чтобы турист двигался как «поезд по рельсам — от одной станции к другой»: привлечение внимания, выгодное предложение, дополнительная информация, призыв к действию [3]. Но, к большому сожалению, анализ туристических сайтов показывает, что это всего лишь набор красивых фотографий с текстами, имеющими отношение к историко-географической энциклопедии. Нужный положительный результат дает продвижение веб-сайта, реклама в Яндекс.Директ, а также если существует возможность общения с менеджерами туристической компании в онлайн. Последнее предполагает услугу на сайте «Заказать звонок», где посетитель сайта просто оставляет на сайте свой номер телефона и указывает, как его зовут и в какое время ему нужно перезвонить и услугу «Консультант Оффлайн», предполагающую чат с оператором, позволяющую незамедлительно получить ответ на любой заданный вопрос. Подобные услуги хорошо себя зарекомендовали, а вместе с тем, повышают имидж организации и ее конкурентоспособность. Скорость загрузки сайта для роста просмотров, также не маловажный фактор. Чем более скоростной работой отличается сайт турфирмы, тем интереснее, более информативнее клиенту.

В целях повышения конкурентоспособности путем «раскручивания» и донесения до масс общественности фирменного стиля, а также формирования благоприятного имиджа, туристская организация должна иметь и выгодное месторасположение офиса, а также все, что связано с работой в нем: от входной двери и качества мебели до умения менеджера привлечь клиента. Правильно подобранные помещения для офисов туристических компаний, особенно находящиеся в самом центре города и имеющие отдельный вход с оживленной улицы, рядом с которыми к тому же есть удобная парковка, имеют больше шансов на успех.

Касательно оформления офиса, что является обязательным элементом фирменного стиля, не все туристские компании придают этому аспекту большое значение и ограничиваются следующим: перед входом в офис висит табличка с названием туристического агентства, внутри стоят несколько канцелярских столов с компьютерами, на стенах — два-три плаката с рекламой известных туроператоров. Создается впечатление, что многие просто не понимают, что правильно оформленный офис — это не только красивый интерьер, а реальный способ увеличить продажи и повысить конкурентоспособность. Но организации, которые имеют серьезный подход к своему бизнесу, и это становится очень распространенной тенденцией, обращаются в дизайнерские агентства, которые помогают в оформлении офиса, а также общего фирменного стиля организации.

Владельцы туристических агентств прилагают колоссальные усилия для привлечения клиентов, но зачастую не получают от этого желаемой отдачи. Телефонный

номер агентства указывается на наружных вывесках, в листовках и буклетах, на визитных карточках и другой рекламной продукции. Звонки в офис поступают, а вот продаж нет или крайне мало. Одной из немаловажных причин является неумение менеджеров разговаривать по телефону. А ведь менеджер и его умение, не только привлечь, но и общаться с клиентами — это лицо компании и залог ее имиджа.

Наблюдение экспертов показывают, что плохо обученный и неподготовленный менеджер превращает лишь каждый 18–20-й звонок в реальное приглашение прийти в офис. А коллега с опытом продаж, который посетил профильные тренинги, способен пригласить в офис каждого 4–5-го позвонившего. Продажа тура и получение денег осуществляется непосредственно в офисе. Основные задачи телефонного разговора — установление психологического контакта и приглашение посетить офис. К сожалению, тенденция такова, что до сих пор большинство менеджеров выступают в роли справочного бюро, тогда как их цель заключается в том, чтобы за время разговора подстроиться под клиента и настолько ему понравиться, что он, положив трубку, сразу поедет в офис этого агентства [3]. Опытные менеджеры могут шутить с клиентом, делать ему комплименты, контролировать свои интонации, подстраиваться под темп говора клиента, демонстрировать свой профессионализм, задавать альтернативные вопросы, оставляя выбор за клиентом и т. д. Соблюдение правил делового корпоративного этикета и следование правилам разговорной речи безусловно будет являться огромным плюсом к правильно оформленному офису и разработанному фирменному стилю.

Литература:

1. Новиков, В. С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. Высш. Учеб. заведений / В. С. Новиков. — 3-е изд., испр. И допол. — М.: Издательский центр «Академия», 2010. — 208 с.
2. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебное пособие / Р. А. Фатхутдинов. — М.: Изд-во Эксмо, 2004. — 544 с.
3. Шнайдерман, А. Л. Партизанский маркетинг в туризме / А. Л. Шнайдерман. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 224 с.
4. Эйри, Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера / Д. Эйри. — СПб.: Питер, 2013. — 208 с.
5. <http://www.otpusk31.ru>

Стратегическое управление выставочной организацией: планирование, анализ, целеполагание, контроллинг

Симонов Кирилл Вячеславович, кандидат экономических наук, МВА, главный менеджер ООО «РЛП-Ярмарка» (г. Москва)

Рассмотрены вопросы стратегического управления выставочной организацией. Показана суть стратегического менеджмента применительно к выставочному предпринимательству. Освещается содержание стратегического анализа и стратегического планирования в выставочном деле. Описана специфика выработки видения перспективы экспобизнеса. Определены особенности целеполагания и формулировки миссии.

В контексте вопроса о формировании фирменного стиля туристской организации и благоприятного ее имиджа, хотелось бы и затронуть вопрос, касающийся общения с клиентами в офисе. Немаловажное значение имеет внешний облик сотрудников. Как правило, в туристических агентствах мало где можно встретить фирменную одежду — это именно тот элемент фирменного стиля, который способен вызвать доверие клиента к фирме, так как униформа всегда олицетворяет серьезность, благополучие организации и сплоченность коллектива. Мало в какой туристической фирме можно встретить разнообразие презентационных материалов, за исключением буклетов и каталогов, журнальный столик, где можно выпить чашку чая, расположив тем самым к себе клиента и установить с ним психологический контакт, ведь умение говорить — это ещё не полная победа в продаже тура.

Таким образом, в вопросе повышения степени конкурентоспособности туристской организации посредством создания ее фирменного стиля в настоящее время существует много пробелов и открытых вопросов, которые необходимо решать в первую очередь директорам и руководителям фирм. Как показал анализ туристских предприятий, больший акцент в формировании фирменного стиля туристические организации уделяют вниманию созданию логотипов и интернет-сайтов компании. Но учитывая, что туристический бизнес — это продажа хорошего настроения и вкуса предстоящего отдыха, все элементы начиная от умения менеджера приветствовать клиента по телефону и его внешнего вида при встрече до оформления офисного помещения и рекламации предлагаемых туров одинаково важны.

Изложена процедура выбора стратегии выставочной организации. Раскрыт смысл, функции и задачи контроллинга, а также этапы его постановки в выставочной организации.

Ключевые слова: выставочная организация; экспобизнес; выставочное предпринимательство; выставочное дело; выставка; выставочные услуги

Выставочная организация — это юридическое лицо, в уставе которого в качестве основного вида деятельности указано предпринимательство в сфере выставочных услуг в связи с проведением торгово-промышленных выставок [1, пп.2.6.1, 2.12.4, 2.1.1]. Данную область предпринимательской активности называют выставочным делом и экспобизнесом [2, с. 36].

1. Стратегический менеджмент в системе управления выставочным бизнесом

Содержание стратегического менеджмента применительно к выставочному делу. Стратегия выставочной организации — это генеральная линия управления её деятельностью. Создание стратегии предполагает разработку, сообразуясь с условиями рынка, комплекса обоснованных мер и планов, который учитывает экономический и интеллектуальный потенциал выставочной организации. Выработка и реализация стратегий является прерогативой стратегического менеджмента [3, с. 241].

Применительно к выставочному делу представляется исчерпывающим следующее расширенное толкование данного понятия: стратегический менеджмент — это стиль управления выставочной организацией, который ориентирует деятельность по оказанию выставочных услуг на удовлетворение спроса и запросов потребителей, осуществляет гибкое регулирование, отвечающее требованиям внешней рыночной среды и позволяющее добиваться конкурентных преимуществ, которые дают возможность выставочной организации достигать поставленных целей.

Одной из важнейших задач стратегического менеджмента выставочной организации является разработка конкурентной политики, процесс формирования которой начинается с постановки стратегических целей и состоит из следующих этапов:

- анализ сильных и слабых сторон выставочной организации;
- оценка перспективных направлений деятельности;
- исследование влияния окружения на работу выставочной организации;
- прогнозирование трендов рынка выставочных услуг в увязке с макроэкономическим прогнозом.

Работы по претворению конкурентной политики в жизнь стратегический менеджмент проводит, используя стратегическое планирование [4, с. 39].

Стратегическое планирование в выставочном деле строится на основе результатов исследований, включающих стратегический анализ работы выставочной организации, который предполагает выявление тенденций

и ситуаций, способных оказать воздействие на результаты её текущей и прогнозируемой деятельности.

Управление выставочной организацией на основе стратегического планирования отличается от менеджмента на базе долгосрочных планов. При долгосрочном планировании отправным пунктом является прогнозирование будущего путём экстраполяции сложившихся тенденций рынка выставочных услуг. В отличие от этого стратегическое планирование работы выставочной организации основывается на анализе сил и тенденций во внешней и внутренней среде, выявлении факторов, которые могут изменить сложившиеся на рынке выставочных услуг тренды, прогнозе изменения конкурентного окружения, оценке собственных конкурентных позиций, определении функционального потенциала и учёте возможностей стратегического развития.

В случае успешной деятельности стратегическое планирование приводит выставочную организацию к достижению поставленных целей. Если обстоятельства этому препятствуют, появляется необходимость в смене принятой ранее стратегии на новую и закреплении её в стратегическом плане [5, с. 156–158].

Стратегическое планирование дополняется стратегическим анализом, способным диагностировать необходимость корректировки самих целей выставочной организации.

Стратегический анализ позиций выставочной организации подразумевает предсказание и оценку результатов, которых она сможет добиться, следуя тем или иным конкурентным стратегиям.

Исследование конкурентной среды формирует базу для уточнения целей выставочной организации и коррекции конкурентной стратегии. Анализ среды предполагает рассмотрение макроокружения, непосредственного окружения и внутренней среды выставочной организации.

Анализ макроокружения состоит в изучении влияния таких компонентов среды, как состояние экономики, аспекты правового регулирования, характер политических процессов (включая их социальную составляющую), уровень и темпы технологического развития и т. п. Ближайшее окружение анализируется на основе информации о клиентах, поставщиках и конкурентах [6, с. 97–101].

Анализ внутренней среды выставочной организации необходим, чтобы оценить её ресурсы, потенциал и средства. В ходе этого анализа акцент делается на состоянии финансов и материальных активов, эффективности управления, организации маркетинга, квалификации кадров, инновационно-технологической вооружённости и корпоративной культуре [7, с. 315].

Стратегический анализ предшествует принятию решения о выборе стратегии выставочной организации.

2. О разработке стратегии выставочного предпринимательства

Разработка стратегии заключается в постановке стратегических целей и приоритетов, выработке стратегического видения в отношении каким должен быть бизнес, определении содержания миссии, и выборе стратегии выставочной организации.

Стратегические цели выставочного бизнеса формируются под влиянием разнообразных факторов и обстоятельств: финансовых возможностей и размеров выставочной организации, её предыстории и традиций, квалификации персонала и менеджмента. Целей может быть несколько.

1. *Краткосрочная максимизация прибыли.* При преследовании этой цели делается упор на краткосрочные прибыли, а долгосрочные перспективы развития выставочного бизнеса уходят на второй план.

2. *Максимально возможное увеличение масштабов экспобизнеса.* Для достижения этой цели устанавливают предельно низкую цену на выставочные услуги.

3. *Лидерство в престижности экспомероприятий и уровне выставочных услуг.* Выставочная организация, которой удаётся закрепить за своими экспомероприятиями репутацию лидеров, устанавливает высокую цену участия с целью покрыть высокие издержки, связанные с обеспечением повышенного качества.

На практике ни одна из вышеуказанных идеализированных целей в чистом виде не может быть достигнута [8, с. 434]. Экспобизнес стремится к их разумному сочетанию, подбирая оптимальные комбинации.

Стратегическое видение перспективы выставочной организации — это картина того её состояния, которое может быть достигнуто в отдалённом будущем при самых благоприятных обстоятельствах и к которому устремлены чаяния её владельцев и менеджмента. Видение перспективы представляет собой результат мысленного движения от известного к неизвестному, создание будущего путём монтажа известных фактов, надежд, мечтаний с учётом возможностей и угроз [9, с. 278]. Видение перспективы — это определённая в отношении того, каким должен быть экспобизнес, т. е. представление о том, какой выставочная организация должна стать и чего намерена достичь в будущем. Описание стратегического видения связано с миссией организации.

Миссия выставочной организации. Во главе системы целей выставочной организации лежит *Генеральная цель* (миссия). Миссия — это фундаментальная, уникальная цель, которая отличает данную организацию от всех прочих и определяет рыночный сегмент её деятельности. Формулируя и публикуя миссию, выставочная организация заявляет о своей профессиональной уникальности и подчеркивает свою полезность для целевых клиентов, национальной экономики и общества в целом [10, с. 19].

Миссия — это краткая формулировка того, как выставочная организация хочет выглядеть в глазах своих

клиентов и позиционироваться среди партнёров и конкурентов. Она служит инструментом публицити и пиара, средством убеждения заинтересованной публики в неизменной заботе об интересах клиентов, в высоком качестве оказываемых выставочных услуг, в экономической и общественной значимости деятельности выставочной организации. Миссия провозглашает, что важнейшими для выставочной организации являются запросы, ожидания и ценности потребителей выставочных услуг, а также интересы партнёров, национальной экономики и общества. Удачно сформулированная миссия способствует формированию устойчивой положительной реакции на каждое напоминание о выставочной организации и её услугах.

Миссия должна выпукло и ярко обрисовывать желаемый имидж выставочной организации, чётко отражать основные направления её работы. Миссия формулируется в виде утверждения, раскрывающего смысл деятельности выставочной организации на рынке экспоуслуг и указывающего на выгодные отличия данной организации от конкурентов. Формат миссии на первый план выдвигает этические соображения деловой активности выставочной организации, а не содержание планов и сроки.

Теория и практика выставочного менеджмента пока не выработала единых универсальных требований к содержанию миссии, поэтому здесь большой простор для творчества. Допустимы самые разные подходы к формулировке и содержательному насыщению миссии, которые во многом определяются конкурентной средой экспобизнеса. В любом случае формулировка миссии должна быть краткой. Работа над содержанием миссии является одним из важных этапов в ходе выбора стратегии экспобизнеса.

Виды стратегий выставочных организаций следующие.

1. *Виолетная* (силовая) стратегия присуща крупным международным выставочным организациям, занимающимся «тиражированием» брендовых выставок. Такие организации вооружены рациональной технологией осуществления крупных выставочных проектов, располагают значительными финансовыми средствами, владеют сетью иностранных представительств, имеют возможность организовать эффективную рекламную кампанию по всему миру.

2. *Пациентная* (нишевая) стратегия — это стратегия национальных выставочных организаций, вставших на путь узкой специализации и занимающих определённую тематическую нишу на выставочном рынке. Данная стратегия предусматривает оказание выставочных услуг узкому целевому сегменту потребителей, для которых эти услуги являются жизненно важными.

3. *Коммутантная* (соединяющая) стратегия характерна для локального выставочного бизнеса, поскольку региональные организаторы выставок обладают лучшей адаптацией к удовлетворению конкретных потребностей местных экспонентов.

4. *Эксплерентная* (пионерная) стратегия связана с созданием новых или радикальным преобразованием существующих экспопроектов и выставочных услуг.

Конкурентные стратегии экспобизнеса. Конкурентная стратегия — это генеральная линия поведения выставочной организации, направленная на достижение поставленных целей в конкурентной борьбе. Можно выделить три таких стратегий [11, с. 120].

Первая стратегия — это лидерство в минимизации издержек оказания выставочных услуг. Данная стратегия может быть реализована путём минимизации удельных расходов в результате расширения потребительского сегмента, а также благодаря хорошей организации управления всеми сторонами экспобизнеса, влияющей на себестоимость выставочных услуг. Следуя этой стратегии, выставочная организация может добиться завоевания существенной доли рынка экспослужб.

Вторая конкурентная стратегия основана на оказании выставочных услуг наивысшего качества, несмотря на их высокую стоимость востребованных достаточно большой группой экспонентов. Выставочные организации, реализующие этот тип стратегии, должны обладать необходимым потенциалом для производства экспослужб надлежащего уровня.

Ещё одна конкурентная стратегия состоит в фокусировании усилий выставочного бизнеса на удовлетворении потребности узких групп экспонентов в специфических выставочных услугах. Эта стратегия допускает некоторое совмещение с двумя описанными выше стратегическими подходами.

3. Стратегический контроллинг выставочной организации

Функции и задачи контроллинга в выставочном деле.

Стремление улучшить управление экспобизнесом объясняет тенденцию перерастания функции контроля во всеобъемлющую концепцию контроллинга.

Контроллинг — это система управления организацией, основанная на непрерывном анализе результатов и корректировке деятельности в соответствии со стратегическими целями. Контроллинг интегрирует и координирует работу сотрудников и подразделений, связывая их с потоками управленческой информации и принимаемыми системными решениями [12, с. 62–65].

Контроллинг раздвигает рамки традиционного контроля работы выставочной организации. Он способствует правильному установлению и гибкой коррекции целей выставочной организации, а также принятию адекватных управленческих решений по производственно-экономическим вопросам. Контроллинг подразумевает ве-

дение непрерывного анализа состояния дел выставочной организации с целью своевременного выявления отклонений от намеченного плана. Контроллинг содействует принятию более обоснованных стратегических решений, а также оперативных управленческих решений, основанных на информации, поступающей в режиме реального времени.

Особенности метода контроллинга выставочной организации. Метод контроллинга отличается от традиционных форм управления. Он имеет целью совершенствование менеджмента в направлении повышения его системности и информативности [13, с. 71]. Можно выделить несколько особенностей контроллинга как метода управления экспобизнесом.

1. Контроллинг способствует принятию управленческих решений в режиме реального времени. Он позволяет не только констатировать происходящее, но и помогает формировать направление и темп развития выставочной организации. Контроллинг занимается анализом причин отклонения выставочной организации от намеченных целей и выработкой рекомендаций для принятия решений по устранению этих причин.

2. Контроллинг направлен на создание условий для принятия системных управленческих решений, которые фокусируют усилия трудового коллектива на достижении стратегических целей.

3. Контроллинг базируется не только на бухгалтерской отчётности, но и на статистической информации.

4. Контроллинг определяет перечень показателей, необходимых и достаточных для принятия управленческих решений.

Внедрение контроллинга в деятельность выставочной организации. Контроллинг не является принципиально новым методом управления. Это лишь более современный ставший доступным благодаря развитию информационных технологий улучшенный метод контроля. Поэтому специальная служба контроллинга как самостоятельное подразделение нужна далеко не каждой выставочной организации. В сравнительно небольших организациях функции контроллеров могут и должны выполнять сами руководители. При этом следует иметь в виду, что реализация концепции контроллинга требует перестройки системы бухгалтерского учёта и большой аналитической работы, а это в свою очередь требует дополнительных ресурсов.

Что касается крупных выставочных организаций типа холдинга, то в них может оказаться целесообразной специальная служба контроллинга, в функции которой, помимо оперативного учёта, аналитической работы и подготовки отчётности, будет входить консультирование руководства, прогнозирование и подготовка решений.

Литература:

1. Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения. ГОСТ Р 32608–2014. — М.: Стандартинформ, 2014. — 34 с.

2. Симонов, К. В. Современный экспобизнес: условия предпринимательства и управленческие технологии. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 656 с.
3. Бурменко, Т. Д. Сфера услуг: менеджмент. — М.: КНОРУС, 2007. — 328 с.
4. Ансофф, И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. — СПб.: Питер, 2009. — 344 с.
5. Комаров, Е. И. Стратегический менеджмент. — М.: Инфра-М, 2010. — 232 с.
6. Бараненко, С. П., Дудин М. Н., Лясников Н. В. Стратегический менеджмент. — М.: Центрполиграф, 2010. — 288 с.
7. Лапыгин, Ю. Н., Лапыгин Д. Ю. Стратегический менеджмент. — М.: Эксмо, 2010. — 432 с.
8. Егоршин, А. П. Стратегический менеджмент. — Нижний Новгород: — НИМБ, 2013. — 592 с.
9. Попов, С. А. Актуальный стратегический менеджмент. — М.: Юрайт, 2010. — 448 с.
10. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент. — М.: ИТК Дашков и К, 2010. — 468 с.
11. Каммингс, с. Реконструкция стратегии. — Харьков: ХГУ, 2010. — 560 с.
12. Купцов, М. М. Стратегический менеджмент. — М.: Инфра-М, 2011. — 184 с.
13. Маленков, Ю. А. Стратегический менеджмент. — М.: Проспект, 2011. — 224 с.

Формирование методологии комплексной оценки эффективности реструктуризации нефтегазовых компаний

Тасмуханова Альфия Еrsaиновна, кандидат экономических наук, доцент;

Мазитова Алиса Рифилевна, магистрант

Уфимский государственный нефтяной технический университет (Республика Башкортостан)

В статье сделана попытка разработать методологию комплексной оценки эффективности реструктуризации предприятий нефтегазового комплекса, основанной на применении сбалансированной системы показателей. Описывается сущность предлагаемой классификации направлений реструктуризации нефтегазовых компаний, являющейся первым этапом оценки эффективности реструктуризации, а также раскрывается содержание оцениваемых ключевых показателей для каждого направления реструктуризации.

Ключевые слова: реструктуризация, подразделение, сбалансированная система показателей (ССП), эффективность.

Для достижения российскими нефтегазовыми компаниями уровня развития мировых конкурентов необходимо обеспечить соответствующую организационную структуру внутри предприятий, без создания которой стабильный экономический рост становится невозможен, даже при наличии достаточных запасов накопленного управленческого опыта и высоких темпов инвестиций.

Формирование модели реструктуризации на предприятиях нефтегазовой промышленности в настоящее время является актуальным вопросом, поскольку на первый план выходит повышение эффективности функционирования.

Процедура реструктуризации предполагает комплексную перестройку экономической, производственной и социальной систем компании, направлена на обеспечение эффективного развития и повышения конкурентоспособности компании и, как правило, является ответом компании на неблагоприятные изменения внутренней и внешней среды [3, с. 75]. Главная цель модернизации организационной структуры — поиск источников повышения стоимости бизнеса на основе реорганизации видов деятельности и оптимизации организационно-производственной структуры.

На наш взгляд, оценки эффективности реструктуризации — это комплекс работ и мероприятий, которые включают в себя проработку направлений и видов реструктуризации предприятия, разработку системы стратегических показателей для каждого из направлений реструктуризации, составление стратегической карты и т. д. (рис. 1).

Для осуществления не только процесса реструктуризации, но и оценки ее эффективности необходимо в первую очередь разобраться в классификации видов реструктуризации, по которым будет осуществляться данный процесс. Разработка видов реструктуризации включает в себя анализ миссии, организационной культуры и организационной структуры, бизнес-процессов, стратегий развития, положения на рынке.

На основе анализа работ Н. В. Раевской, И. В. Зуденко, А. В. Павловской в работе предложена собственная классификация направлений реструктуризации нефтегазового комплекса, у каждого из которых есть определенные подвиды (рис. 2).

Горизонтальная реструктуризация в зависимости от охвата видов деятельности предприятия, предполагает следующие ниже перечисленные виды реструктуризации:

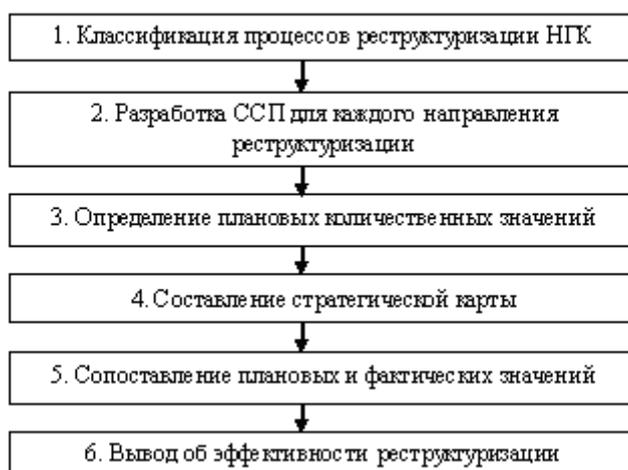


Рис. 1. Этапы оценки эффективности реструктуризации

1. Комплексная

— Создание на базе структурных подразделений дочерних предприятий.

Дочерние предприятия могут создаваться либо в форме акционерных обществ, либо в виде обществ с ограниченной ответственностью. При этом материнское предприятие будет располагать контрольным пакетом акций или соответствующей долей в уставном капитале общества с ограниченной ответственностью.

Таким образом, создается самостоятельное предприятие, которое оперирует основными средствами, оставшимися в собственности материнского предприятия. Очень важным моментом является то, что отношения собственности здесь не меняются.

Налог на имущество платит материнское предприятие, но эти затраты компенсируются, как правило, акционерным обществом, созданным в результате реорганизации.

Данная модель позволяет сохранить целостность сложившейся производственной системы предприятия за счет регулирования деятельности дочерних предприятий путем управления пакетами их акций, находящихся в собственности материнского предприятия. Повышается оперативно-хозяйственная самостоятельность подразделений, что способствует быстрой адаптации к требованиям рынка, освоению новых, пользующихся спросом видов продукции, диверсификации производства. Это дает возможность снять с основного предприятия бремя финансирования подразделений, не являющихся жизненно важными для производства. Для формирования уставного капитала дочернего предприятия могут быть привлечены средства инвестора, что будет способствовать развитию предприятия в целом. Данная модель привлекательна для крупных и средних предприятий.

— Создание на базе материнской компании акционерных обществ с заключением арендных договоров на право пользования имуществом с поэтапным выкупом.

При реструктуризации материнского предприятия часть имущества, переданного в долгосрочную аренду с правом поэтапного выкупа, учитывается на забалансовом счете «Основные средства, сданные в аренду». Арендованные средства учитываются в активе баланса дочернего предприятия в разделе основные средства по счету «арендованное имущество», а в пассиве балансируются кредиторской задолженностью по статье «Прочие кредиторы». Списание кредиторской задолженности происходит по мере выплаты части балансовой стоимости арендованных основных средств материнскому предприятию. Средства, перечисляемые в счет погашения стоимости арендованного имущества, отражаются на счете «Добавочный капитал». Таким образом, в течение оговоренного срока аренды с правом поэтапного выкупа происходит уменьшение кредиторской задолженности и увеличение добавочного капитала на балансе выделенного структурного подразделения.

Необходимо отметить, что средства, перечисляемые за аренду и как выплата за имущество, поступают в полное распоряжение материнского предприятия, тогда как распределение средств (прибыли, амортизации) между структурными подразделениями в составе материнского предприятия затруднено процессом взаимного согласования.

Общие модели реструктуризации могут быть применены ко всем структурным подразделениям со следующими вариантами: а) все подразделения преобразуются в самостоятельные юридические лица, включая основное производство. В этом случае материнское предприятие не осуществляет производственные функции и выполняет функцию собственника имущества и арендодателя; б) все подразделения преобразуются в самостоятельные юридические лица, непосредственно не связанные с производственным процессом. Этот вариант более приемлем для металлургических предприятий, однако он не учитывает различный уровень адаптации каждого подразделения к условиям рынка, реальную возможность самосто-

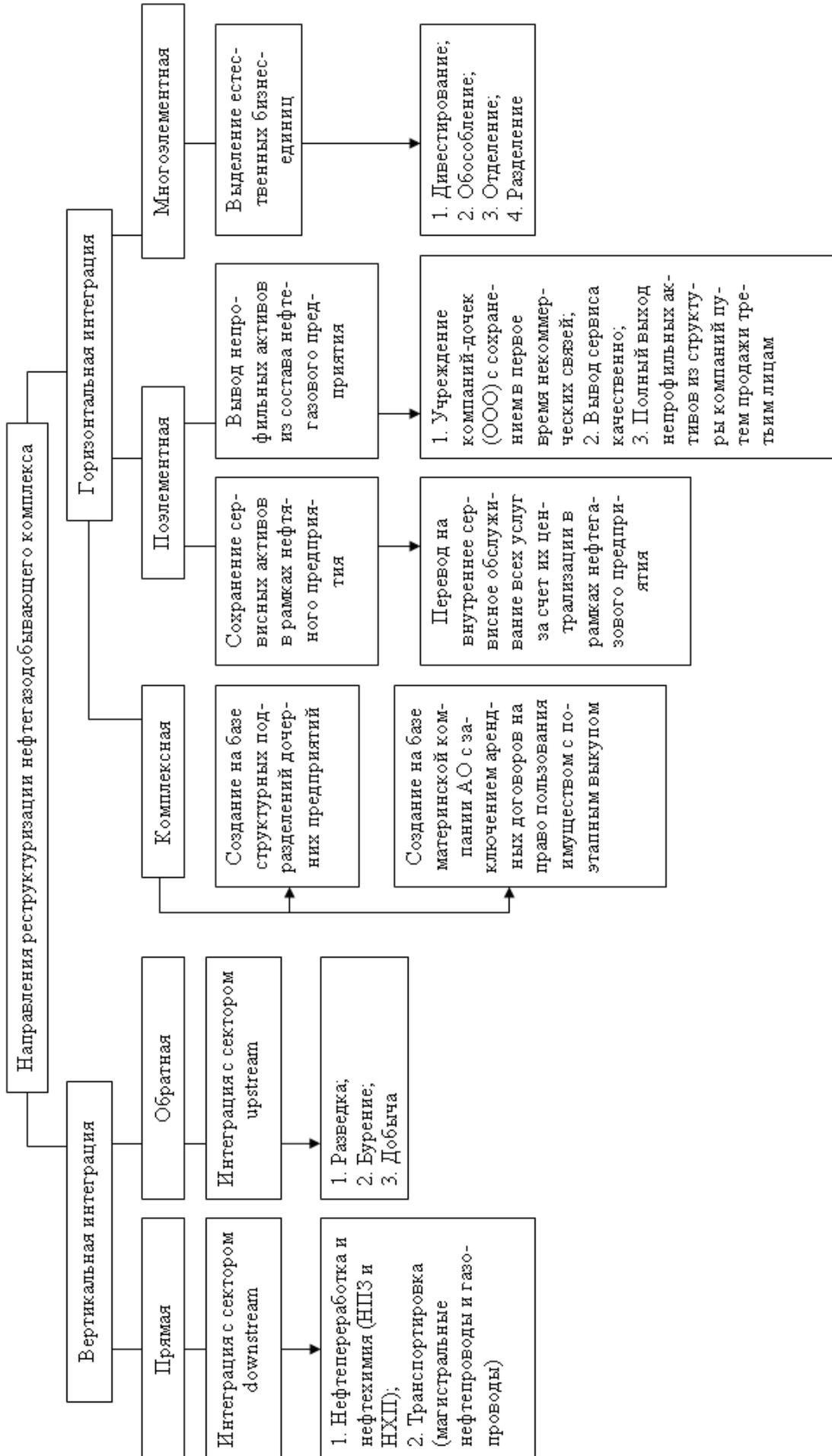


Рис. 2. Видо-типологическая классификация процессов реструктуризации нефтегазодобывающего комплекса

ательно работать в условиях жесткой конкуренции; в) преобразуются в самостоятельные предприятия лишь те структурные подразделения, у которых созданы реальные предпосылки для определения своего места на рынке.

Что касается организации самих акционерных обществ, то их можно создать как открытые (ОАО), так и закрытые (ЗАО). Уставный капитал в первом случае образуется через открытую подписку на акции, а во втором случае, через распределение акций среди инвесторов. В качестве учредителей, как правило, выступают предприятие и физические лица. Закрытое акционерное общество дает возможность ограничить проникновение в капитал и возможность концентрации контрольного или блокирующего пакета акций аутсайдерами.

При реализации данной модели все имущество предприятия остается в его собственности. Одновременно на базе структурных подразделений предприятия за счет привлечения средств сторонних организаций или частных лиц создаются независимые предприятия, которые получают право на использование имущества предприятия на основе заключения договора аренды. Не изменяется отношение собственности на имущество предприятия, принадлежащее предприятию, что особенно важно в случае проведения реорганизации предприятия, находящегося в государственной собственности или когда реструктуризация происходит после процесса акционирования. Предоставляется возможность координировать деятельность организаций, путем периодической корректировки договоров аренды и препятствовать выходу вновь созданных предприятий из состава производственной системы за счет права собственности.

2. Поэлементная

— Основана на сохранении сервисных активов в рамках нефтегазового предприятия по различным причинам (возможность попасть в зависимость от одного поставщика сервисных услуг, нерентабельность самого процесса реструктуризации, невозможность осуществления процесса реструктуризации). Здесь происходит переход на самостоятельное сервисное обслуживание за счет централизации всех видов услуг в рамках нефтегазодобывающей компании.

— Строится на выводе непрофильных активов из состава нефтегазодобывающих предприятий. В этом случае нефтегазодобывающее производство остается ядром новой организационной структуры, а вспомогательное закрывается или выводится из нее. В ней было выделено три вида реструктуризации:

1) учреждение нефтегазодобывающей компанией других обществ «ООО» с выводом всех непрофильных услуг в данные общества, которые будут являться сервисными компаниями. На ранних стадиях ООО и компания-учредитель будут строить отношения не на конкурентной основе. В дальнейшем данные ООО будут набирать все большую силу и развиваться.

— Вывод всех непрофильных активов в эти сервисные компании позволит достигнуть следующих результатов:

— оптимизируется численность персонала, увеличивается централизация бизнес процессов;

— повышается качество выполняемых работ.

2) вывод из структуры компании определенного вида сервисных работ (частично). В зависимости от ситуации в компании и на рынке, возможно, выгодно выводить непрофильные активы частично. Так же в перспективе необходимо рассматривать вариант, чтобы вывести сервис полностью, но не сразу. Возможно, что на географической территории, на которой работает компания-нефтедобытчик, много организаций, которые делают капитальный ремонт скважин, но нет тех, которые могут сделать какой-либо другой вид работ. Тогда из структуры компании предполагается выводить только подразделения ремонта скважин. Данный вариант позволяет минимизировать практически все риски. Он позволяет нефтегазовой компании подстраховаться от сервисных компаний «монополистов» на данной территории, оптимизировать свои бизнес-процессы: избавиться от лишних непрофильных активов и в тоже время сохранить активы, которые позволяют выполнять работы, которые невыгодно делать у сервисников.

3) продажа непрофильных активов третьим лицам. К данному варианту следует прибегать, если в регионе есть большое количество сервисных организаций, которые предлагают свои услуги в условиях большой конкуренции. Так что если в регионе небольшое количество сервисных организаций данный вариант становится очень рискованным для нефтегазовой компании. Таким образом, компания-нефтедобытчик рискует остаться без определенного вида услуг на территории разработки основного месторождения частично, либо полностью.

В целом по двум вышеописанным видам реструктуризации можно сказать, что, вывод на внешний сервис позволяет повысить эффективность нефтегазодобычи и снизить затраты. Также меняется мотивация всех участников процесса: персонала, исполнителей, заказчиков.

3. Многоэлементная

Основывается на выделении естественных бизнес-единиц. Среди современных технологий бизнес-единиц можно выделить следующие процессы реструктуризации: дивести́рование, обособление, отделение и разделение.

Дивести́рование (дивести́ции) представляет собой продажу части компании внешнему покупателю. Продающая компания, как правило, получает взамен деньги, или ликвидные ценные бумаги, или комбинацию и того и другого. Расщепление капитала является вариантом дивести́рования, включающим продажу внешним инвесторам доли в акционерном капитале дочерней компании. При расщеплении капитала материнская компания может утрачивать контроль над дочерней. Новые акции дают инвесторам права собственности на дивести́руемую часть продающей компании. При расщеплении капитала создается новое юридическое лицо с акционерной базой, которая может отличаться от акционерной базы продающей материнской компании. Дивести́руемая компания имеет иную команду менеджеров и управляется как отдельная фирма.

Таблица 1

Показатели составляющих ССП для каждого направления реструктуризации

Направления реструктуризации	Показатели для составляющих ССП				Обучение и развитие
	Финансовая	Клиентская	Внутренние бизнес-процессы		
Прямая	Интеграция с сектором downstream	Прирост выручки от реализации; чистая прибыль; рентабельность продаж	Доля рынка; число претензий на тыс единиц продукции; рентабельность потребителя	Выход светлых нефтепродуктов; общее количество АЗС; реализация нефтепродуктов на внутреннем рынке.	Процент рабочих с высшими квалификационными разрядами
Обратная	Интеграция с сектором upstream	Рыночная капитализация	Своевременная доставка; показатель исполнения заказа	Годовой прирост добычи; экспорт нефти; прирост доказанных запасов	Показатели производственного травматизма; технологическая инфраструктура
Комплексная	Создание на базе структурных подразделений дочерних предприятий	Процент дохода от продаж нового продукта или услуг новым клиентам	Расширение клиентской базы	Рентабельность инвестиций в развитие нового продукта	Степень удовлетворенности работников; текучесть кадров
	Создание на базе материнской компании АО с заключением арендных договоров на право пользования имуществом с поэтапным выкупом	Чистый денежный поток; инвестиции (процент продаж)	Взаимодействие с клиентами	Отношение дилеров к новым программам	Удельные расходы на повышение квалификации персонала; индекс удовлетворенности работника
Полезная	Сохранение сервисных активов в рамках нефтяного предприятия	Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами; коэффициент оборачиваемости оборотных активов	Лояльность потребителей	Выполнение планов; выполнение нормативов	Доля сотрудников прошедших программу повышения квалификации и переподготовки кадров
	Вывод непрофильных активов из состава нефтегазового предприятия	Фондоотдача; фондооборотность; коэффициент фондорентабельности;	Удовлетворение потребностей клиента	Время, затраченное на обслуживание клиентов нового направления работы	Эффективность работы; сохранение кадровой базы
Многоэлементная	Выделение естественных бизнес-единиц	Рентабельность; размеры дебиторской и кредиторской задолженности; оборачиваемость материальных затрат	Сохранение клиентской базы	Индекс эффективности проекта	Число внесенных сотрудниками предложений по совершенствованию бизнес-процессов (доля предложений, принятых к реализации)

Обособление — это сделка, при которой материнская компания создает новую дочернюю фирму и распределяет акции этой фирмы между своими нынешними акционерами пропорционально пакетам акций материнской компании, находящимся в их собственности [1, с. 145]. Поэтому доля собственности каждого акционера в новой дочерней фирме соответствует его доле в материнской компании. Хотя акционеры остаются теми же, обособленная компания имеет свое собственное руководство и управляется как автономное предприятие. Другим отличием обособлений от дивестиций является тот факт, что дивестиции обеспечивают приток средств в материнскую корпорацию за счет средств продажи бизнеса, в то время как обособление обычно не дает ей денежных поступлений. Обособление дает возможность проведения оптимизации организационной структуры без лишних затрат, а также без налоговых последствий по сравнению с вариантом продажи периферийного актива.

Обособление положительным образом сказывается на стоимости как материнской, так и выделяемой компании. Обособление периферийных направлений деятельности позволяет материнской компании уделить большее внимание развитию своего основного бизнеса, что повышает ее собственную эффективность. Одновременно выделяемая компания может привлекать средства и развивать собственный бизнес, не акцентируя внимание на состоянии дел в отрасли материнской компании.

Целями обособления периферийного бизнеса является повышение его эффективности, оптимизация управления, возможность дальнейшего роста. Также обособление отдельного бизнеса позволяет раскрыть дополнительную стоимость этого бизнеса, если у него существует своя специфика в оценке. Также причиной для обособления может быть необходимость освобождения головной компании от непрофильного бизнеса, который в то же время представляет интерес для ее акционеров, и поэтому продажа стратегическому инвестору была бы менее предпочтительным вариантом.

При отделении некоторые акционеры материнской компании получают акции подразделения, которые переходят в обмен на их акции материнской компании.

Литература:

1. Забродин, Ю. Н., Курочкин В. В., Шапиро В. Д., Ольдерогге Н. Г. «Управление реструктуризацией компаний: справочное пособие/ Ю. Н. Забродин, Курочкин В. В., Шапиро В. Д., Ольдерогге Н. Г. — М.: «Дело» АНХ, 2010. — 528 с.
2. Каплан, Р. С., Нортон Д. П. «Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. — 2-е изд., испр. и доп./ [Пер. с англ. М.Павловой]. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013. — 314 с.
3. Тасмуханова, А. Е. «Управление и реструктуризация. — 2-ое издание, переработанное» — Уфа: УГНТУ «ИДПО», 2012. — 270 с.

Наконец, при разделении разбивает вся компания, проходящая через ряд отделений. Конечным результатом этого процесса является прекращение существования материнской компании, и остаются лишь вновь созданные компании. Акционеры этих компаний могут быть разными, поскольку они обмениваются свои акции материнской компании на акции одного или более отделяющих подразделений.

Вертикальная интеграция, как видно из рисунка 2, предполагает процессы прямого присоединения секторов нефтепереработки, транспортировки и реализации готовой продукции, а также объединение с секторами разведки, бурения и добычи. В экономической литературе достаточно широко раскрыты цели, задачи и стадии вертикальной интеграции предприятий, в том числе нефтегазовых компаний, поэтому на теоретическом освещении данного направления не представляется значимым.

На втором этапе оценки эффективности реструктуризации (рис. 1) предлагается разрабатывать сбалансированная система показателей (ССП) для каждого направления реструктуризации. При оценке эффективности реструктуризации нефтегазодобывающих комплексов предложено использовать четыре составляющих ССП: финансовая, клиентская, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие (табл. 1).

Представленные показатели являются лишь приближительными (рекомендуемыми) и могут корректироваться в зависимости от целей и особенностей процесса реструктуризации для каждого конкретного предприятия. Взаимосвязь проекций ССП должна наглядно отражаться на стратегической карте, что позволит аналитикам более четко и свое-временно контролировать процесс достижения плановых уровней.

Апробация данных показателей, включающая с 3 по 6 этапы, представленные на рисунке 1, будет проведена на примере нефтегазовой компании РФ.

Исходя из результатов практического использования данной методологии, можно будет сделать вывод о целесообразности применения сбалансированной системы показателей при оценке эффективности реструктуризации нефтегазовых компаний.

Анализ сельскохозяйственного экспорта Китая

Васюхин Олег Валентинович, доктор экономических наук, профессор

Ши Цзинь, магистр

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

Институт сельского развития Академии общественных наук КНР недавно выпустил «Зеленую книгу о сельской продукции: сельская экономическая ситуация в Китае. Анализ и прогнозы (2013–2014)» (далее по тексту «сельской Зеленой книге»), в которой было отмечено, что рост общего объема импорта и экспорта сельскохозяйственной продукции значительно замедлился. Ожидается, что размер импорта и экспорта сельскохозяйственной продукции Китая в 2014 году составит около \$200 млрд. Экспорт сельскохозяйственной продукции в 2014 году замедлится или станет доминирующей моделью.

Эксперты «Financial Times Chinese» считают, что общий объем роста импорта и экспорта сельскохозяйственной продукции значительно замедлился, причиной чему явился ряд внутренних и международных аспектов, которые, в результате таких процессов как урбанизация, индустриализация, изменение потребительского спроса и других факторов, стабилизируют масштаб будущего импорта и экспорта сельскохозяйственной продукции.

«Сельская зеленая книга» показывает, что факторы, влияющие на наш сельскохозяйственный экспорт — это изменение внутреннего спроса, уровень отечественного производства, обеспеченность отечественных хозяйств ресурсами, сравнительная эффективность работы хозяйств, внутренняя политика поддержки сельского хозяйства, уровень спроса и предложения на международных сельскохозяйственных рынках, а также ценовые колебания [1–2].

Ли Госян, сотрудник Института сельского развития Академии общественных наук КНР, в интервью China Economic Times, рассказал, что рост общего объема импорта и экспорта сельскохозяйственной продукции значительно замедлился, и объяснил внутренние и международные аспекты данного процесса. «Внутренний спрос и власть больше не так сильны, как в предыдущие годы, одним из основных международных факторов является также относительный спад цен на сельскохозяйственную продукцию», сказал Ли Госян.

Свыше 99 % экспортируемой Китаем сельскохозяйственной продукции соответствует стандартам качества.

Заместитель министра коммерции КНР Чжун Шань на днях заявил, что на фоне частых неблагоприятных случаев в области безопасности продуктов питания, а также в условиях стремительного роста экспорта китайских сельскохозяйственных товаров, важной стала необходимость повышения качества выпускаемой продукции предприятий, ориентированных на экспорт [3].

Согласно статистическим данным Министерства коммерции КНР, в настоящее время прослеживается благоприятная ситуация в области экспорта китайской сельскохозяйственной продукции. В 2010 году Китай стал пятым в мире экспортером сельскохозяйственных товаров. С января по апрель этого года, объем экспорта продукции сельского хозяйства составил 18 млрд. 680 млн. долларов, что на 34,4 % больше по сравнению с аналогичным периодом в прошлом году. С 2004 по 2010 гг. Китай экспортировал сельскохозяйственную продукцию, свыше 99 % которой соответствовали стандартам качества. Китайская сельскохозяйственная продукция уже получила признание зарубежных потребителей. Вместе с тем, в области экспорта китайских сельскохозяйственных товаров есть некоторые пробелы, например такие, как небольшой масштаб предприятий индустрии, недостаток инвестиций в разработку этой отрасли. «В будущем, если развитие урбанизации и индустриализации Китая в период, например, до 2030 года, стабильно продолжится, ВВП на душу населения достигнет уровня ряда среднеразвитых стран, то относительно стабилизируются потребление пищи, импорт и экспорт сельскохозяйственной продукции». [4]

Ведущим фактором роста экспорта и импорта сельскохозяйственной продукции является внутренний спрос и внутренняя обеспеченность ресурсами. Положение экономики нашей страны на международном рынке можно охарактеризовать как находящейся на ранних стадиях присоединения к более сформированным экономикам ВТО, и основывающейся на продвижении на международный рынок, поэтому импорт и экспорт в будущем, вероятно, покажут небольшой, но устойчивый рост.

Литература:

1. 2014 вопрос импорта и экспорта сельскохозяйственной продукции <http://www.chinairn.com/news/>
2. Ли Сианьд Анализ Китайского сельскохозяйственного импорта рынка
3. Глубина изучение Китая и развитие сельскохозяйственной продукции доклада местного прогноза Анализ рынка <http://www.chinabgao.com>
4. Китай в основном экспортирует сельскохозяйственную анализ рынка <http://www.caaa.cn>

Повышение эффективности работы производственного предприятия путем разработки и внедрения сбалансированной системы показателей BSC

Щёлкова Виктория Александровна, ассистент
Уральский федеральный университет (г. Екатеринбург)
Щёлкова Светлана Геннадьевна, учитель математики
МАОУ Лицей №130 (г. Екатеринбург)

Сегодня управление предприятием, в том числе производственным, с помощью финансовых показателей не даёт достаточной информации для принятия правильных и своевременных управленческих решений. Для того, чтобы предприятие было конкурентоспособным и добивалось лидирующих позиций на рынке, необходимо оперативное получение информации о деятельности компании для своевременного принятия управленческих решений. Актуальность вопросов внедрения системы стратегического управления на предприятии, в частности, с помощью использования Сбалансированной Системы Показателей BSC, состоит в возможности повышать акционерную стоимость компании посредством роста эффективности всех факторов бизнеса: работы с клиентами, бизнес-процессов, кадров, финансов, технологических процессов, маркетинговой политики, организационной структуры и так далее. Помимо этого отдельные элементы этой системы могут применяться при решении задач менеджмента качества и для поддержания локальных улучшений в подразделениях компаний, что делает область ее применения еще шире.

О Системе Сбалансированных Показателей, как о новой технологии, экономика узнала сравнительно недавно. Система была разработана на основе выводов исследования, проведенного в 1990 году профессорами Гарвардской школы экономики Дэвидом Нортоном и Робертом Капланом. Сбалансированная система показателей (Balanced Scorecard) — один из серьезных инструментов стратегического менеджмента, позволяющий измерить эффективность компании при помощи специально подобранных и взвешенных (сбалансированных) индикаторов, которые комплексно отражают ее текущее состояние. Существует несколько способов достижения этой цели, основные из них — увеличение доходов или снижение расходов.

Можно выделить следующие основные идеи Системы Сбалансированных Показателей:

1. В условиях планомерного и динамического развития, компания однозначно добивается успеха, поскольку достижение целей идет через создание и реализацию общей стратегии предприятия.

2. Любые действия любого сотрудника компании должны быть направлены на реализацию задач и целей при условии минимальных затрат и ресурсов, в том числе временных. То есть, реализация цели как можно быстрее с минимальными потерями.

3. Управлять можно тем, что можно измерить. По другому говоря, у менеджера каждого уровня должен быть

набор ключевых показателей эффективности (KPI), которыми он пользуется в своей деятельности.

Девиз концепции — «*if you can't measure it, you can't manage it*», в переводе «Если Вы не можете измерить это, значит, Вы не можете этим управлять».

— Balanced Scorecard (Сбалансированная система показателей, ССП) является инструментом стратегического и оперативного управления, который позволяет «связать» стратегические цели компании с бизнес-процессами в том числе с технологическими процессами, и ежедневными действиями сотрудников на каждом уровне управления, а также осуществлять контроль за реализацией общей стратегии предприятия.

— Система показателей BSC является сегодня актуальной, так как в условиях динамично развивающейся экономики все большее значение приобретают интеллектуальный капитал и информационные технологии. Факторы, которые составляли конкурентные преимущества для предприятий еще несколько лет назад, сегодня уже не рассматриваются в качестве основных двигателей будущего успеха. На смену промышленному веку пришел век информационный, где помимо прочих факторов производства, информация приобретает доминирующее значение. Информация постепенно становится наиболее важным и востребованным ресурсом, создающим серьезные конкурентные преимущества.

— Попытки привести показатели эффективности в соответствие экономической ситуации были и до появления BSC, однако они затрагивали исключительно финансовые аспекты деятельности. Такие показатели, как TSR (совокупная доходность акционеров), EVA (экономическая добавленная стоимость), EBITDA (валовая прибыль до вычета процентов, дивидендов, налогов, амортизации), давали акционерам более реальную картину текущего состояния бизнеса, но для управления компанией их было явно недостаточно.

— На основании исследований и полученных данных, Нортоном и Капланом была разработана принципиально другая система контроля эффективности и выполнения стратегических целей, получившая название Balanced Scorecard (Система Сбалансированных показателей, BSC). Первая же публикация разработок двух профессоров получила высочайшую оценку: Harvard Business Review назвал Систему сбалансированных показателей самым значительным вкладом в практику управления за последние 75 лет.

— Сегодня внедрение Сбалансированной Системы Показателей на производственных предприятиях про-

исходит на локальном уровне, не повсеместно. Малый и средний бизнес с самого начала своей работы старается внедрить систему управления предприятием и систему повышения эффективности сотрудников путем разработки и попытки внедрения Ключевых Показателей Эффективности сотрудников (КПИ). На крупных отраслевых предприятиях внедрить подобную систему управления, основанную на стратегии развития, довольно непросто. На это влияет в первую очередь масштаб предприятий, количество сотрудников, большое количество показателей, которые требуют изучения и обобщения.

— К примеру, предприятия энергетической отрасли, о конкурентоспособности которых сегодня идут серьезные споры. Несмотря на непрекращающийся уже десятилетие процесс реформирования этой отрасли, далеко не все предприятия энергетики сегодня являются свободными рыночными игроками. А изучив существующее состояние рынка электроэнергии можно говорить о необходимости повышения эффективности всех составляющих энергосистемы, в частности, генерирующих производственных предприятий. Предприятия подобного характера требуют внедрения Сбалансированной Системы Показателей.

— Для разработки сбалансированной системы показателей BSC для предприятий энергетики разделим эффективность энергетического производства на два уровня: инвестиционная эффективность и операционная эффективность.

— Инвестиционная эффективность или другими словами оценка эффективности инвестиционных вложений в энергетику — является одним из важнейших показателей ввиду общей инвестиционной инертности отрасли.

В современных рыночных условиях компании, заинтересованные, в первую очередь, в сокращении затрат для максимизации выплаты дивидендов акционерам, могут оказаться в ситуации, когда улучшение финансовых показателей компании будет происходить за счет снижения надежности и качества энергоснабжения потребителей. При этом важно отметить, что одна из основных задач BSC — это увеличение акционерной стоимости капитала. К основным показателям инвестиционной эффективности, возможным для предприятий энергетики, можно отнести:

1. EBITDA/располагаемая мощность, млн.руб./МВт. Этот показатель характеризует финансовый результат компании в расчете на единицу располагаемой мощности.
2. Рентабельность по EBITDA, %. EBITDA наиболее приближена к операционному денежному потоку. Позволяет сравнить компании разных бизнес-направлений.
3. Рентабельность по чистой прибыли, %. Это базовый показатель финансового анализа деятельности компаний.
4. Инвестиционная программа, млн.руб./МВт. Показатель характеризует интенсивность нового строительства и реконструкции основных производственных фондов.
5. Программа ремонтов, млн.руб./МВт. Характеризует интенсивность ремонтов основных производственных фондов.

Выбор показателей операционной эффективности в соответствии с принципами сбалансированной системы показателей BSC должен основываться на стратегических приоритетах производственного предприятия, а стратегические приоритеты в энергетике связаны с обеспечением надежности и качества работы. Эти показатели относятся к составляющей Бизнес-процессы по базовой схеме системы BalancedScorecard, представленной на рисунке 1.

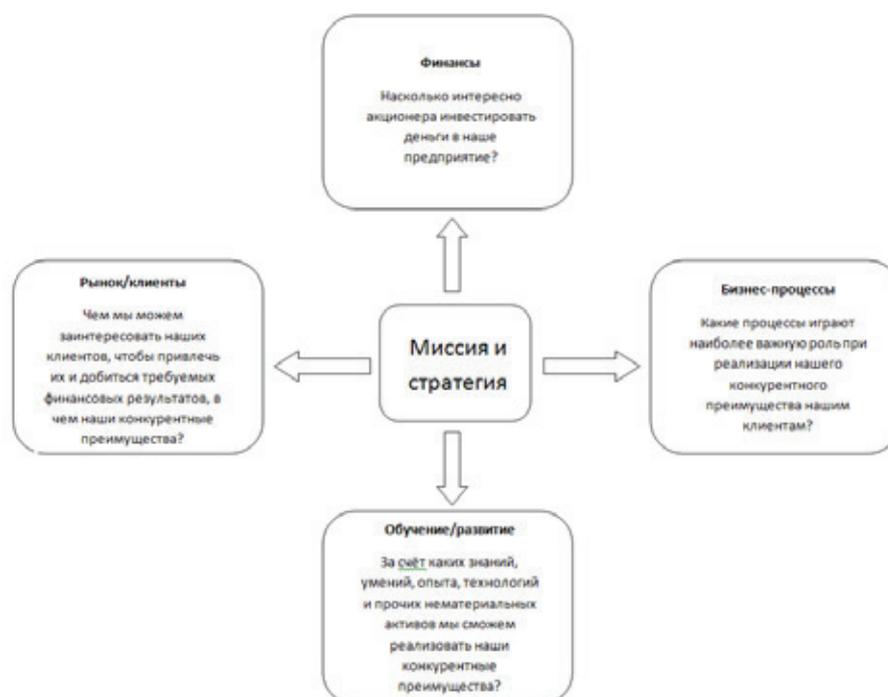


Рис. 1. Базовая схема Системы Сбалансированных Показателей BSC

По отношению к предприятиям энергетики можно сказать, что в группу бизнес-процессов входит технология производства энергии и, соответственно, показатели, связанные с ней. Для предприятий энергетики можно выделить следующие показатели в рамках группы «Бизнес-процессы», необходимые для расчета эффективности предприятия: установленная мощность, коэффициент использования установленной мощности, выработка электроэнергии, удельный расход условного топлива на производство электроэнергии, удельный расход условного топлива на производство тепловой энергии.

Также к группе показателей BSC относятся показатели групп:

- Рынок/клиенты;
- Развитие/обучение.

К показателям Рынок/клиенты, если рассматривать предприятия генерации, можно отнести все показатели, связанные с качеством произведенной энергии. Для формирования системы BSC, это могут быть следующие показатели: общее количество дней простоев оборудования; объем финансирования на ремонты оборудования; количество аварийных отключений и прочие показатели.

К показателям развитие/обучение стоит отнести подгруппу показателей BSC под названием ключевые показатели эффективности KPI, которые необходимы для оценки эффективности сотрудников на каждом уровне производственного процесса и для расчета их заработной

платы. К показателям KPI на предприятиях производства энергии могут относиться: выполнение планового задания по отпуску электрической и тепловой энергии; содержание в исправном и работоспособном состоянии всего введенного в эксплуатацию оборудования; предложения по снижению стоимости эксплуатационных расходов, проведение соответствующих мероприятий.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что в настоящее время управление развитием отрасли, по мнению экспертов, осуществляется «на ощупь» в связи с отсутствием возможности проанализировать эффективность деятельности энергокомпаний и оценить справедливость их притязаний на более высокие тарифы. Таким образом, разработка и внедрение сбалансированной системы показателей BSC в энергетике информативны и полезны не только для энергокомпаний, но и для государства, которое финансирует развитие энергетики путем инвестирования в государственные компании, а также тарифным регулированием, и заинтересовано в максимально эффективном расходовании средств.

Что касается других отраслей промышленного производства, по каждому направлению Сбалансированной Системы Показателей можно выделить свои ключевые показатели, и основываясь на различных математических методов с использованием и без использования экспертных оценок, произвести расчет эффективности того или иного предприятия.

Литература:

1. Гершун, А., Горский М. Технологии сбалансированного управления, 2010.
2. Каплан, Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013.
3. Ши-Джен Кати Хо, Рут МакКей. Два взгляда на сбалансированные показатели. 2012.

15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

О развитии малых и средних предприятий Китая

Васюхин Олег Валентинович, доктор экономических наук, профессор;

Ван Кайцзюнь, аспирант

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

Средние и малые предприятия — неотъемлемая часть экономики большинства индустриально развитых стран. Они выполняют ряд важнейших социально-экономических функций, таких как обеспечение занятости, формирование конкурентной среды, поддержание инновационной активности, смягчение социального неравенства, вовлечение в процесс производства ресурсов, не используемых крупным бизнесом, удовлетворение дифференцированного производственного и непроизводственного спроса, освоение новых (в том числе зарубежных) рынков и т. д.

Начиная с 2003 года, в стране произошло стремительное развитие среднего и малого бизнеса, увеличение рентабельности предприятий, рост налоговых поступлений в бюджет государства. Такое развитие было обеспечено в основном за счет увеличения числа субъектов среднего и малого бизнеса. Малое предпринимательство составляет подавляющее большинство в общем количестве предприятий страны. Статистические данные показывают, что в настоящее время на долю малых и средних предприятий Китая приходится 50,5 процента валового внутреннего продукта страны. На них занято более 75 процентов трудоспособных людей в городах и поселках всей страны.

В целях обеспечения всестороннего и своевременного информационного обслуживания населения страны и всех государственных органов по всем вопросам деятельности МСП по решению Правительства в 2001 г. была создана государственная некоммерческая информационная служба (CSMEO). Деятельность CSMEO поддерживается «Департаментом развития МСП» в NDRC. Сайт CSMEO представляет 58 основных рубрик и 180 тематических разделов, содержащих до 1000 различных сообщений, что ежедневно привлекает более 200 тыс. посетителей. Информационная сеть обслуживает все регионы страны, охватывая города и большинство сельских поселений. Это позволяет своевременно сообщать об изменении действующих и введении новых правовых актов, о тенденциях социально-экономического развития страны, а также информирует о состоянии и путях развития малых и средних предприятий в стране и за рубежом. CSMEO предоставляет данные о поставках и потребностях местных и зарубежных рынков, характеризует наиболее качественную продукцию, производимую на малых и средних предприятиях.

В Китае создан первый научно-технический парк промышленного проектирования и дизайна.

Первый в Китае научно-технический парк, специализирующийся на промышленном проектировании и дизайне, открыт в городе Уси восточнокитайской провинции Цзянсу. В первую очередь строительства парка были построены офисные помещения площадью в 16 тыс. квадратных метров для десятков НИИ и предприятий, которые специализируются проектированием интегральных схем, дизайном упаковок и реклам и т. д. Проектируемая площадь второй очереди строительства парка общим объемом капиталовложений в 200 млн юаней составляет 60 тыс. кв. м. Крупный научно-технический парк поставил себе цель за ближайшие 3–5 лет «вырастить» порядка 50 крупных компаний по проектированию электронных приборов, телекоммуникационной и машиностроительной продукции, упаковочных материалов. Согласно итогам обследования, проведенного недавно Государственным информационным центром, Центром по изучению проблем развития при Госсовете КНР и другими ведомствами страны, экономическое развитие в некоторых районах страны тесно связано с уровнем развития местных малых и средних предприятий.

Китай будет поэтапно улучшать политико-правовую систему средних и малых предприятий и механизм социализации услуг этому сектору, а также либерализует условия их роста, заявил заместитель председателя государственного комитета по делам развития и реформы Чжан Сюэцян на первой Всекитайской ярмарке средних и малых предприятий. Он отметил необходимость улучшения работы, связанной с рассмотрением и утверждением Способов государственного управления развитием фондов средних и малых предприятий и Способов управления кредитными гарантиями средних и малых предприятий, обратил внимание на важность повышения темпов работы, рассмотрения и утверждения политических правил стимулирования развития средних и малых предприятий. В их числе такие аспекты политического характера, как улучшение правительственных закупок, подготовка талантливых специалистов, освоения рынка, выстраивание системы кредитования средних и малых предприятий. Средние и малые предприятия стали основной силой поддержки роста китайской экономики. Торгово-промышленные административные органы страны зарегистри-

ровали свыше 3,6 млн средних и малых предприятий и 27,9 млн единоличных торгово-промышленных хозяйств. Конечная продукция и услуги, создаваемые на средних и малых предприятиях, составляют 55,6 процента валового внутреннего продукта Китая, они дают 74,7 процента добавленной стоимости в промышленности и 62,3 процента экспорта. [В настоящее время 65 процентов патентов приходится на средние и малые предприятия, более 75 процентов технологических новинок выполнены в этом секторе, там же освоено более 80 процентов новой продукции.

Государственная поддержка малого бизнеса

Правительство Китая большую роль отводит развитию малого предпринимательства в экономике страны. Именно благодаря малым предприятиям создается большое количество новых рабочих мест. Однако малому предпринимательству в стране все же необходима дополнительная поддержка государства, привлечение инвестиций и расширение кредитных программ для развития бизнеса. Понимая это, власти страны стараются различными способами содействовать экономическому росту малого предпринимательства, совершенствуя, к примеру, законодательные акты, направленные на регулирование экономики и налогообложения субъектов малого предпринимательства. На сегодняшний день малое предпринимательство в стране действует в соответствии с Законом "О стимулировании развития малого и среднего предпринимательства", принятого в 2002 году, предусматривающего одинаковые возможности для малых предприятий по поводу кредитования, инвестирования, совершенствования производства, внедрения новых наукоемких технологий в экономику страны. Поддержкой малого бизнеса в стране занимается Китайский центр по координации и кооперации бизнеса, основная задача которого заключается в создании специальных условий для сотрудничества китайских и зарубежных организаций по поддержке малого бизнеса.

В Китае начинается кредитование зарубежных инвестиций.

Государственный комитет по делам развития и реформам и Импортно-экспортный банк Китая распространили совместное уведомление о том, что Китай будет выделять специальные кредиты для инвестирования в крупные проекты за рубежом, реализация которых поощряется правительством. Как сообщается, Государственный комитет по делам развития и реформ и Импортно-экспортный банк Китая совместно установят режим кредитования зарубежных инвестиций. И Импортно-экспортный банк Китая будет ежегодно выделять специальные льготные кредиты на реализацию проектов за

рубежом. Такие кредиты будут направляться, главным образом, на реализацию проектов, восполняющих нехватку отечественных ресурсов и стимулирующих экспорт отечественной техники, продукции, оборудования и рабочей силы, проекты, способствующие повышению конкурентоспособности предприятий за рубежом при освоении международного рынка и др. В настоящее время, когда быстрыми темпами идет процесс экономической глобализации, для Китая очень важно увеличивать международную конкурентоспособность. По объему производства продукции китайские предприятия занимают четвертое место в мире, КНР становится мировым лидером, и сейчас важно поддерживать и развивать эти достижения. В этой связи назрела необходимость реформирования малых и средних предприятий. При этом необходимо учитывать, что:

1. Важная роль при создании и развитии объединенных групп МСП отводится специализации и разделению труда, в отличие от промышленных районов, для которых важна территория, строительство предприятий, привлечение инвестиций.

2. Развитие объединенных групп МСП должно усиливать местную экономику и опираться на международные ресурсы.

3. Для развития МСП необходима стабильная макроэкономическая среда, а также юридическая и судебная защищенность. Все это может обеспечить только правительство, которому, в свою очередь, важно сотрудничество с МСП.

4. Для развитых МСП государство должно поощрять четкое разделение труда, создать центр новаторства, стимулировать сотрудничество с научно-исследовательскими отделами, развернуть обучение для менеджеров и рабочих, приветствовать взаимодействие местных МСП с иностранными.

В период до 2020 года по национальной программе экономического развития основное внимание будет уделено 11 отраслям промышленности, среди которых ключевыми являются телекоммуникация и IT-технологии. Современная индустриализация китайской промышленности должна перейти от ресурсоемкого хозяйства к наукоёмкому и высокотехнологичному производству, основанному на экологически чистых технологиях. В решении этой задачи одна из ведущих ролей отводится малым и средним предприятиям, как стимуляторам оживления экономического рынка.

Таким образом, можно сделать вывод, что правительство Китая постоянно предпринимает различные меры по созданию более благоприятных условий для дальнейшего развития малых и средних предприятий, совершенствования правовой системы регулирования его деятельности.

Литература:

1. Доклад о развитии малых и средних предприятий Китая в 2004 г. [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — http://pg.jrj.com.cn/acc/pdf/2005/gp/nb/0322/600415_2004_n.pdf

2. Политика в области развития малого и среднего предпринимательства в КНР. [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — <http://www.chinaim.com/doc/70270/252682.html>
3. Жэньминь Жибао

Инновации по-китайски

Васюхин Олег Валентинович, доктор экономических наук, профессор;

Хэ Вэй, аспирант

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

В последние годы часто используется термин «инновация». Широко употребляемый в научном обороте термин «инновация» происходит от латинского слова «*innovatus*» (*in* — в и *novus* — новый) — деятельность по созданию, освоению, использованию и распространению нового, с целенаправленным изменением, вносящим в среду внедрения новые элементы, вызывающие изменение системы из одного состояния в другое.

Китай сегодня — это не только «серые пуховики», жителей страны теперь не устраивает роль всемирного промышленного гиганта. У страны новая задача — добиться научно-исследовательского превосходства.

Экономический прогресс Китая во многом зависит от сферы инноваций. Глава КНР Ху Цзиньтао провозглашает, что «способность к самостоятельному инновационному развитию» является «основой нашей национальной стратегии развития». Однако многие склонны полагать, что инновации и самодержавие несовместимы. До тех пор, пока Китай остается под властью диктатуры, он будет оставаться страной массового производства и обычной промсорборки, считают они.

Китай вложил значительные средства в развитие «доморощенных» инноваций, пишет *The Economist*. Правительство не только убедило *Microsoft* и *Google*, чтобы они начали создавать научно-исследовательские центры в Китае. Оно также образовало комплекс научных парков по всей стране в надежде на создание китайской Силиконовой долины. В Пекине в одном лишь научном парке *Zhongguancun* расположены тысячи высокотехнологических предприятий. В программу инновационных разработок включены и китайские университеты.

Пока, однако, Китай мало что может показать миру из всех этих инвестиций, чтобы сломать общепринятые стереотипы, такие как мнение, что это страна дешевой рабочей силы, не способная на научные достижения и самостоятельное развитие. Самые успешные китайские компании, такие как *Lenovo* и *Baidu*, производят сейчас недорогие версии западных продуктов или адаптируют западные инновации для китайского рынка. Китайские венчурные компании вкладывают деньги в традиционные отрасли промышленности, такие как гостиницы и сельское хозяйство.

Пока, однако, Китай мало что может показать миру из всех этих инвестиций, чтобы сломать общепринятые сте-

реотипы, такие как мнение, что это страна дешевой рабочей силы, не способная на научные достижения и самостоятельное развитие. Самые успешные китайские компании, такие как *Lenovo* и *Baidu*, производят сейчас недорогие версии западных продуктов или адаптируют западные инновации для китайского рынка.

Впервые задача построения в Китае инновационной экономики была поставлена в начале 2006 г. Инновационный курс объявлен новой национальной стратегией. Долю расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) в ВВП предполагается поднять к 2020 г. до 2,5 % (в 2005 г. она составляла 1,34 %), а вклад научно-технического прогресса в экономическое развитие — более чем вдвое, до уровня выше 60 %. Зависимость от импортных технологий снизится до 30 %. По нашему мнению, Китай войдет в первую пятерку стран по числу выдаваемых патентов и по числу ссылок на научные публикации займет лидирующее положение в науке и технике.

За последние десятилетия Китай добился определенных успехов в освоении современных технологий. Если в 1985 г., согласно данным ООН по промышленному развитию (ЮНИДО), страна по экспорту высокотехнологичных товаров не входила даже в число первых 25 в мире, то в 1998 г. она поднялась на 11-е место. В 2004. экспорт таких товаров превысил импорт. В 1985 г. по индексу конкурентоспособности промышленности (СІР) Китай находился на 61-м месте, а в 1998 г. — на 37-м.

В последние годы выпуск высокотехнологичной продукции стал расти особенно быстро, опережая средние темпы увеличения ВВП в несколько раз. Экспорт рос еще быстрее — сегодня более половины такой продукции идет за рубеж.

Ряд китайских экспертов даже не видели необходимости в развертывании собственных исследований, полагая более целесообразным и экономичным использовать чужие достижения. Такой подход базировался на концепции преимуществ позднего развития, согласно которой страны, вступившие на путь развития позже передовых, имеют возможность использовать опыт и достижения последних, что позволяет избежать многих ошибок и рисков, сэкономить немалые средства. В результате НИОКР и, прежде всего, фундаментальные исследования финансировались недостаточно, а темпы развития соб-

ственных инноваций отставали от темпов экономического роста.

Однако в самые последние годы ситуация стала быстро меняться. Власти осознали, что заимствованные технологии не могут обеспечить стабильного роста конкурентоспособности Китая, не говоря уже о превращении его в ведущую мировую державу. По основным параметрам, характеризующим развитие науки и техники, страна стала выдвигаться на лидирующие позиции. Значительно увеличились вложения в НИОКР: в 2008 г. они достигли 57,7 млрд долл., что ставит Китай по этому параметру на пятое место в мире. Сверхбыстрыми темпами создаются технопарки и бизнес-инкубаторы. По числу последних Китай сегодня уступает только США. Для привлечения иностранных ученых создаются китайские технопарки за рубежом.

По числу исследователей Китай также приближается к США. На его долю приходится 14,7 % научных сотрудников мира, на долю США — 22,8 %, Японии — 11,7 %, России — 8,9 %. Число дипломированных специалистов в области информационных технологий ежегодно прирастает на 200 тыс. чел., это в пять раз быстрее, чем в США.

Оптимизация структур и концентрация сил и средств в наиболее перспективных научных направлениях — это те задачи, решению которых в Китае уделяется значительное внимание. В 1998 г. началась реорганизация Академии наук. По плану к 2010 г. из 129 академических институтов должно остаться 30 наиболее сильных и признанных в мире. Введен новый порядок определения научных приоритетов и финансирования, призванный устранить распыление средств. Быстро развивается кооперация с бизнесом: университеты привлекают 36 % частных вложений в НИОКР. Об успехах инновационной политики можно судить по способности предприятий как главных субъектов рынка внедрять и производить инновации. В Китае значительно больше, чем в Бразилии, России и Индии, крупных успешных компаний, использующих

инновации. Выросли они в основном из государственных научно-исследовательских институтов.

Быстро развиваются малые (до 300 работников) технологические фирмы. В свое время большинство из них были образованы в рамках технопарков и бизнес-инкубаторов, в которые государство вложило значительные средства. Но и сегодня эти фирмы в той или иной форме продолжают получать государственную поддержку.

Дополнительный доступ к западным технологиям обеспечивает быстро растущий экспорт китайского капитала, сопровождающийся внешними слияниями и поглощениями иностранных компаний.

Многообещающие перспективы открывает широкая интеграция ведущих научно-исследовательских учреждений и вузов с крупнейшими промышленными предприятиями.

При всем том до сих пор ощущается недостаток технологических ресурсов, отсутствие опыта и механизмов внедрения инновационных технологий.

Таким образом, Китай уже опередил Японию по объемам научных исследований, он стремительно догоняет Америку. Туманные очертания китайских технопарков, каждый из которых по площади и населению не уступает небольшому европейскому городу, даже в пасмурную погоду хорошо видны из калифорнийской Силиконовой долины. Это наглядное доказательство того, что однополярный мир может скоро уйти в прошлое.

Развитие китайской науки опережает все прогнозы, Китай стремится к созданию и внедрению новейших инновационных технологий во всех сферах промышленности. Несомненно, в современных условиях финансового кризиса, когда все развитие страны сокращают расходы на научные исследования, сравнительно недорогие китайские технологии имеют шансы на успех. Можно предположить, что в будущем китайские технологии, развиваясь такими темпами, смогут занять лидирующие позиции и вырасти в стоимости.

Литература:

1. Бергер, Я. М. Становление инновационной экономики в Китае // XVII съезд КПК и проблемы социально-экономического развития КНР на современном этапе. — М.: Институт Дальнего Востока РАН, 2010.
2. Бирюков, А. Научно-технический потенциал Китая в американских оценках // Международные процессы. — 2010. — №2.
3. Шевцова, Н. А. Образовательная и научная деятельность в системе инновационной экономики // Инновационное развитие и экономический рост. /IV Международная научная конференция. — М.: РУДН, 2008. — с. 366–376.
4. <http://www.ChinaChamber.com.cn>

Развитие экономики Китая

Васюхин Олег Валентинович, доктор экономических наук, профессор;

Хэ Вэй, аспирант

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

Китай — одна из крупнейших держав мира. На его территории проживает свыше 21 % населения мира. Хозяйство КНР характеризуется устойчиво высоким темпами развития.

Наиболее развитой формой внешнеэкономических связей Китая является внешняя торговля. Доля КНР в мировой торговле за период с 1978 по 2009 гг. возросла в десять раз, и составляет около 8 % (в 1978 г. 0,75 %).

Китай на протяжении тысячелетий был ведущей страной мира. Ещё в далёкой древности китайцами были изобретены компас, фарфор, порох, бумага и книгопечатание, впоследствии названные пятью великими открытиями. Поднебесная играла немаловажную роль в становлении человеческой цивилизации, китайская империя оказывала большое влияние на развитие соседних государств. Однако в конце XIX — начале XX вв. экономическое развитие крайне замедлилось, и КНР оказалась на одном из последних мест в мире. В 1949 г. Китай представлял собой отсталую, полуфеодалную и полукOLONиальную страну. Экономика находилась в полной разрухе, народ жил в нищете, средняя продолжительность жизни составляла около 35 лет. И только с конца XX века Поднебесная вновь заявила о своём существовании.

Основные проблемы экономического развития Китая следующие:

— Есть еще сферы экономики, где реформирование осуществляется медленными темпами. Это относится к государственным предприятиям. С другой стороны, современное производство сталкивается с многочисленными трудностями, так как коммерческие предприятия еще недостаточно окрепли и недостаточно многочисленны.

— Высокие темпы роста при низкой экономической эффективности и низком качестве производимой продукции. ВВП на душу населения остается сравнительно невысоким. Структура производства характеризуется отсталостью. Структура распределения — недостаточно рациональна, а научно-технический прогресс оказывает сравнительно небольшое воздействие на экономический рост.

— Внутренний рынок динамично расширяется. Но при этом существует жесткая конкуренция со стороны иностранных производителей. Китайские товары по своему качеству часто уступают иностранным. Некоторым национальным отраслям грозит опасность быть уничтоженными иностранным капиталом. В подобной ситуации вступление в мировую экономику очень непросто.

— При стремительном развитии экспорта и низкой эффективности отечественного производства китайская продукция остается недостаточно конкурентоспособной.

— Разрыв между восточными и западными регионами страны возрастает.

— Несмотря на увеличение масштабов экономики, безработица увеличивается, сокращается количество рабочих мест на государственных предприятиях, ускоряется миграция сельского населения в города, что порождает множество социальных проблем. Это обостряет проблему нестабильности общества.

— Увеличивается разрыв в доходах населения. Медленно растут доходы крестьян, что пагубно влияет на развитие сельского хозяйства и стабильности в деревне.

— Сохраняется относительно низкая покупательная способность населения, что тормозит темпы экономического роста.

— Не решены многие старые экологические проблемы, к которым постоянно добавляются все новые.

— Рынок китайской рабочей силы велик, но его качественные характеристики все еще оставляют желать лучшего.

— Незрелыми остаются рынки: валютно-финансовый, недвижимости и квалифицированных кадров.

— Уровень образования весьма далек от идеала.

Перспективы развития экономики Китая (1999–2050)

Заметный и постоянно растущий интерес в мире вызывают экономические преобразования в Китае, которые продолжаются примерно два десятилетия. Интерес к этой стране не случаен. Китай, являясь одним из древнейших государств в мире, впервые за всю свою многовековую историю достиг впечатляющих успехов в реальном секторе экономики. По ряду признаков видно, что страна и в ближайшей перспективе будет развиваться по восходящей линии. Китай имеет шансы повторить опыт Японии и Южной Кореи.

Необходимые внутренние предпосылки для этого есть. Китай обладает большой территорией является крупнейшей страной по численности населения; занимает важное геостратегическое положение и особенно в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР).

Процессы, происходящие в экономике Китая, на протяжении нескольких последних десятилетий привлекают к себе внимание специалистов и широкой мировой общественности. И это действительно так. Достижения, демонстрируемые китайским народом в переустройстве страны, не могут никого оставить равнодушными. А кое-кого они даже пугают. Сейчас Китай опасен как располагающий дешевой рабочей силой конкурент, лишаящий нас рабочих мест и доли рынков... В глазах слишком многих Китай остается угрозой». Однако и недруги Китая вынуждены признавать, что перемены, происходящие в этой стране, поразительны.

На ближайшую перспективу в КНР намечены несколько направлений основных преобразований, реализация которых определит экономическое развитие страны на длительную перспективу. Прежде всего это реформа госсектора и банковской системы, изменение системы обращения сельскохозяйственной продукции, стабилизация демографической ситуации и ликвидация нищеты.

Однако у намечаемых преобразований довольно много противников, которые считают, что они приведут к обострению продовольственной проблемы, тем более, что численность населения в течение 25 лет возрастет, согласно прогнозам, до 1,6 млрд. человек.

Рост численности населения будет сопровождаться изменением его поло-возрастной структуры. Прежде всего это выражается в старении городского населения и росте численности молодого населения. Безусловно, это отразится на будущих программах социального и экономического развития страны.

Очень большая проблема — нищета. В 1999 г. численность населения, проживающего в районах абсолютной нищеты, по официальной оценке, составила 35 млн. человек. Однако, по данным Мирового банка, в условиях

нищеты проживает 300 млн. человек (в качестве критерия взято суточное среднедушевое потребление в размере 1\$).

Задача преодолеть нищету представляет чрезвычайно сложной в силу глубины ее причин. Это неблагоприятные географические и климатические условия, сложная экологическая обстановка, неразвитость экономической, социальной, предпринимательской, культурной инфраструктуры, чрезмерная зависимость от внешней помощи, что вызывает анклавность развития и преобладание однообразной экономической структуры.

Официальные прогнозы развития страны на 2000—2050 г. весьма оптимистичны. Даже если намеченные преобразования будут успешными, КНР предстоит решить огромный комплекс проблем. Среди наиболее острых — проблемы занятости и экологии, дефицит ряда природных ресурсов, прежде всего пахотных площадей и пресной воды, неразвитость НИОКР, системы просвещения и здравоохранения. Эти и многие другие факторы, с одной стороны, стимулируют усилия по наращиванию экономического потенциала, с другой, препятствуют движению страны к новым рубежам.

Литература:

1. Ли Фэнлинь. О стратегии «трех шагов» в экономическом развитии Китая // www.ruschina.com
2. Ли Цзинвэнь. Перспективы экономического развития Китая в XXI веке // www.abirus.ru
3. Жуджунь Дин. Роль иностранных инвестиций в экономике КНР // www.ruschina.com
4. В. Гельбрас, В. Кузнецова «КНР: Год суровых испытаний» МЭ и МО-2000-№8 (с 114—120)

К вопросу о факторах, сдерживающих развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации в Тюменской области

Керкина Анастасия Анатольевна, магистрант

Научный руководитель Пахомчик Сергей Алексеевич, кандидат экономических наук, профессор
Государственный аграрный университет Северного Зауралья (г. Тюмень)

В статье ставится задача рассмотреть проблемы современной сельскохозяйственной потребительской кооперации на примере Тюменской области. Показаны трудности существования потребительской кооперации в условиях рыночной экономики. Автором предложены рекомендации по улучшению состояния и повышению эффективности потребительской кооперации.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс (АПК), Тюменская область, сельскохозяйственная кооперация, производственный процесс, потребительские кооперативы, личное подсобное хозяйство (ЛПХ), кооперативные формирования, товаропроизводители, целевая программа.

Роль сельскохозяйственной кооперации очень велика, так как она является важной частью аграрного сектора страны. Почти половину всей сельскохозяйственной продукции производят личные подсобные хозяйства (ЛПХ). Оставить их единолично перед проблемой производства и реализации продукции — это все равно, что загубить половину производства сельхозпродукции. [5, с. 2]

Сельскохозяйственная кооперация — это форма совместной хозяйственной деятельности товаропроизводителей в одном или разных, но взаимосвязанных процессах труда и производства в целях удовлетворения социальных и экономических интересов, которые трудно или невозможно достичь при индивидуальной деятельности. [1, с. 44]

И мелкие фермерские, личные подсобные хозяйства, объединившиеся для достижения общих экономических

целей, и крупные сельскохозяйственные кооперативные предприятия, наладившие производство от заготовки сырья до получения готового продукта и поставки его на рынок — всё это формы организации, которые можно объединить термином «кооперативы».

В основу принципов кооперации заложены идеи коллективного ведения хозяйственной деятельности, совместного труда, идеи коллективной собственности на средства производства, равноправного участия её членов в руководстве общественной и хозяйственной жизнью кооператива [3, с. 65]

Несмотря на то, что устойчивому развитию сельскохозяйственной кооперации всегда уделяли большое внимание, как ученые, так и законодательные и исполнительные органы государственной власти, сегодня остается еще много проблем, препятствующих этому. Поэтому поиск путей решения проблем кооперации всегда будет актуальным вопросом, имеющим важное народнохозяйственное значение.

Потребительские кооперативы в сегодняшних условиях выполняют экономическую функцию, осуществляют закупки излишков сельхозпродукции в хозяйствах населения, крестьянских (фермерских хозяйств), у других мелких товаропроизводителей, оказывают услуги сельским товаропроизводителям и населению, снабжают их предметами первой необходимости, перерабатывают закупленную продукцию и возвращают денежные средства закупаемую продукцию сельским жителям, таким образом, создают новые рабочие места, снижают уровень безработицы, обеспечивая доход сельским труженикам [6, с. 23].

Кооперативные формирования в АПК позволяют эффективнее организовывать производственный процесс, сократить издержки, гарантировать сбыт, предоставить материальную защиту товаропроизводителям. Сельскохозяйственная кооперация способствует налаживанию систем закупок, переработки, торговли, материально-технического и финансового обслуживания сельских товаропроизводителей. [4, с. 10]. Но это все в идеале, а на деле сегодня перед сельскохозяйственными кооперативами стоят проблемы по всем перечисленным позициям.

Изучение причин, сдерживающих дальнейшее развитие сельской кооперации в 2014 году, показывает, что материальная база большинства кооперативов Тюменской области для приемки и переработки молока и мяса устарела и требует модернизации или срочной замены. Таким образом, нарушено правильное и нормальное выполнение основных видов деятельности кооперативов по работе с ЛПХ.

В тех кооперативах, где обновления основных средств не требуется, существует потребность в пополнении оборотных средств за счет льготного кредитования.

По мнению представителей кооперативного сектора, необходимо снижение процентной ставки по аренде техники, чтобы дать возможность кооперативам приобретать сельскохозяйственную технику и оборудование на условиях лизинга с увеличением срока до 7 лет без первоначального взноса.

По истечении трех лет работы техники, находящейся в аренде, чтобы она была передана на баланс кооперативов. Тем самым сократятся затраты на содержание, т. к. в настоящее время идет двойная система затрат: это аренда и запасные части.

Сейчас государство не возмещает затраты кооперативов как раньше, что существенно сказывается на финансовом состоянии. Необходимо чтобы государство возобновило возмещение затрат хотя бы 15–20 %.

Финансовая устойчивость кооперативов так же находится на низком уровне. Не сформированы в достаточном объеме страховые резервы на покрытие убытков от невозврата займов как в сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах (далее — СКПК) первого уровня, так и в областном кооперативе, что может создать проблемы в сохранении устойчивости СКПК. Хронический недостаток в большинстве кооперативов финансовых ресурсов на выдачу займов исходя из потребности заемщиков;

Проблема сбыта продукции требует создания мощной торговой системы, торгово-закупочной на уровне области. Только концентрация системы торговли позволит всей потребкооперации выжить и продуктивно функционировать в будущем.

Целевая региональная программа «Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации и интеграции в Тюменской области», которая действовала в 2001–2003 годах и была пролонгирована до 2004 года, оказала серьезное влияние на процессы развития потребительской кооперации в нашей области. Но сегодня бюджетное финансирование осуществляется в рамках долгосрочной целевой программы «Основные направления развития агропромышленного комплекса Тюменской области» на 2008–2014 годы и областной целевой программы «Сотрудничество».

Мероприятия по повышению уровня торгового обслуживания в регионе, в том числе по поддержке потребительской кооперации, реализуются в рамках долгосрочной целевой программы «Развитие промышленности, инвестиционной и внешнеэкономической деятельности Тюменской области» на 2012–2014 годы, региональной программы развития торговли в Тюменской области на 2011–2014 годы, региональной программы продовольственной безопасности Тюменской области на 2011–2014 годы.

Все эти важные целевые программы рассчитаны на срок до 2014 года, но так как сейчас стоящие перед сельскохозяйственной кооперацией трудности не ушли, то просто необходимо принятие мер комплексного законодательного обеспечения развития потребительской кооперации в Тюменской области, которые были бы направлены на решение перечисленных и выделенных проблем. В этой связи можно порекомендовать:

1. Правительству Тюменской области:

— Содействовать в продвижении продукции кооперативов в торговые сети;

— Создать рабочую группу контроля и координации связи кооперативов и торговых сетей, а также создания сельскохозяйственных кооперативных рынков на территории Тюменской области;

— Инициировать и содействовать проведению конференций, совещаний, «круглых столов» по вопросам развития потребительской кооперации;

— Проводить рабочие встречи с кооперативами области, продолжить работу по организации дополнительных для них мест для торговли на площадках г. Тюмени;

— Рассмотреть возможность оказания государственной поддержки сельскохозяйственным кредитным

кооперативам на развитие материально-технической базы и формирование страховых резервов;

— Лоббировать необходимость снижения процентной ставки по аренде сельхоз техники и оборудования;

2. Органам местного самоуправления Тюменской области:

— Запланировать бюджетную поддержку сельскохозяйственных кооперативов на последующий период;

3. Тюменской областной Думе:

— Усилить работу по рассмотрению законодательных инициатив федеральных и региональных органов государственной власти, направленных на повышение эффективности потребительской кооперации.

Литература:

1. Володин, В. М. Проблемы сельскохозяйственной производственной кооперации в России / В. М. Володин. — М.: Агропрогресс, 2007. — 358 с.
2. Государственная программа Тюменской области «Развитие промышленности, инвестиционной и внешнеэкономической деятельности» на 2014–2016 годы;
3. Дубова, Л. Н. Кооперативные хозяйства как субъект предпринимательской деятельности в АПК: учеб. Пособие / Л. Н. Дубова, В. М. Володин. — Пенза, 2007. — 156 с.
4. Журнал /Вестник Южно-Уральского государственного университета/ Серия: Экономика и менеджмент. Выпуск №30 / 2012. — 136 с;
5. Материалы выступлений участников «круглого стола»: О развитии потребительской кооперации в Тюменской области. — Тюмень: Тюменская областная Дума, 2012. — 48 с;
6. Ушачев, И. Г. Экономический рост и конкурентоспособность сельского хозяйства России / И. Г. Ушачев// Экономика с.-х. и перераб. предприятий. — 2009. — №3. — с. 23.
7. Целевая программа «Основные направления развития агропромышленного комплекса Тюменской области» на 2008–2014 годы.

Неналоговые источники формирования доходов бюджета Белгородской области и резервы увеличения их поступлений

Кобзева Екатерина Александровна, ассистент;
Черкашина Екатерина Александровна, студент
Белгородский национальный исследовательский университет

Региональные бюджеты занимают важное место в бюджетной системе Российской Федерации. За счет средств региональных бюджетов осуществляются приоритетные направления государственной политики.

Бюджет Белгородской области на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов запланирован с дефицитом в размере 5 852 015 тыс. рублей, 5 222 796 тыс. рублей и 4 522 955 тыс. рублей соответственно. Таким образом, планируется, что дефицит будет постепенно уменьшаться, оставаясь, тем не менее, существенным на ближайшую перспективу.

В связи с этим необходимо выявить резервы роста доходов бюджета Белгородской области с целью обеспечения региональных органов власти необходимыми финансовыми ресурсами для решения приоритетных социально-экономических задач.

Развитие собственного доходного потенциала с одновременным снижением зависимости от межбюджетных трансфертов — одна из ключевых задач региональной бюджетной политики.

Доходы бюджетов формируются в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации, законодательством о налогах и сборах и законодательством об иных обязательных платежах.

Таким образом, основу доходной части бюджета составляют налоговые, неналоговые поступления и безвозмездные поступления. Все существующие налоги, в том числе и региональные, регламентированы Налоговым кодексом Российской Федерации. В связи с этим, региональные органы власти во влиянии на налоговую политику ограничены.

К неналоговым доходам бюджетов относятся доходы, зачисляемые в бюджеты в соответствии с законо-

дательством Российской Федерации, законами Белгородской области и муниципальными правовыми актами представительных органов муниципальных образований [5].

Отличительной особенностью неналоговых доходов является то, что объем и полнота их поступления в бюджет, а также своевременность их зачисления полностью зависят от принятой тем или иным регионом политики в отношении данных доходов.

В связи с этим, особое внимание в вопросе о повышении поступлений в региональный бюджет следует уделить мобилизации неналоговых доходов. Неналоговые источники доходов бюджета Белгородской области представлены на рис. 1.

Неналоговые доходы субъектов РФ — это поступающие в распоряжение доходы от использования государственного и муниципального имущества и деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, платежи эквивалентного и штрафного характера, а также средства, привлеченные на добровольных началах [6]. Неналоговые доходы могут выступать в качестве как обязательных, так и добровольных платежей.

Они отличаются от налогов также особенностями форм платежей и методов привлечения в распоряжение государства и муниципальных образований, содержанием прав и обязанностей плательщиков, с одной стороны, и органов государственной власти и местного самоуправления — с другой.

Отмечая важность исследуемых источников пополнения регионального бюджета, необходимо выявить резервы их увеличения.

Так, в качестве источников и способов привлечения дополнительных средств в региональный бюджет можно выделить:

1. Стимулирование наращивания прибыльности государственных и муниципальных унитарных предприятий.
2. Оптимизация управления доходами, имеющими целевое финансирование.
3. Повышение эффективности использования имущества, находящегося в собственности субъекта региона РФ.

Так, в качестве резерва пополнения доходной части бюджета можно использовать предоставление земельных участков под коммерческое строительство с применением схем компенсационных выплат. Использование компенсационных выплат не только позволит направить дополнительные средства в бюджет за счет более полного учета изменений конъюнктуры рынка недвижимости, но и создаст равные условия для всех инвесторов, осуществляющих коммерческое строительство.

При совершении сделок по сдаче государственного имущества в аренду, передаче его в доверительное управление, а также сделок по его отчуждению для оценки стоимости имущества часто привлекаются независимые

оценщики. По результатам некоторых проверок были выявлены факты, как занижения стоимости оцениваемых объектов, так и завышения, что в конечном итоге привело к потерям бюджета. Соответственно региональные органы власти должны принимать практические меры по усилению внимания со стороны структур, занимающихся вопросами имущественно-земельного комплекса, к работе по организации и контролю за деятельностью независимых оценщиков, привлекаемых к оценке стоимости госсобственности.

4. Продажа неэффективной собственности субъекта региона инвесторам. Данная мера будет способствовать снижению затрат на содержание объектов, финансируемых за счет средств федерального бюджета.

5. Повышение отдачи от вложений в финансовые и иные активы.

6. Проведение региональных лотерей. Лотерея — форма добровольного привлечения средств населения путем продажи лотерейных билетов, при которой часть привлеченных средств разыгрывается в виде денежных или вещевых выигрышей и выплачивается владельцам выигравших билетов. Привлекательность лотерей для населения позволяет использовать их в целях пополнения финансовых ресурсов государства и муниципальных образований.

В качестве ещё одного резерва пополнения доходной части бюджета можно использовать предоставление земельных участков под коммерческое строительство с применением схем компенсационных выплат. Использование компенсационных выплат не только позволит направить дополнительные средства в бюджет за счет более полного учета изменений конъюнктуры рынка недвижимости, но и создаст равные условия для всех инвесторов, осуществляющих коммерческое строительство.

Таким образом, современные тенденции развития финансовой системы свидетельствуют о расширении самостоятельности субъектов Российской Федерации в области управления финансами. Всё это, тем самым, свидетельствует о необходимости выявления резервов роста доходной части бюджета субъектов.

В области бюджетной политики субъекту Российской Федерации следует стремиться к наиболее эффективному использованию внутренних резервов расширения доходной базы. В частности, было предложено увеличение доходов бюджета за счет следующих неналоговых источников:

- наращивание прибыльности предприятий, находящихся в собственности субъекта РФ;
- получение доходов от более эффективного использования имущества, находящегося в собственности субъекта РФ;
- продажа неэффективной собственности;
- проведение региональных лотерей;
- повышение отдачи от вложений в финансовые активы.



Рис. 1. Неналоговые источники доходов бюджета Белгородской области

Литература:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть первая) [Текст]: федер. закон от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.10.2013) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Текст]: федер. закон от 5 июля 2000 г. № 117-ФЗ (действующая редакция от 01.10.2013) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
3. Закон Белгородской области от 28.11.2002 № 54 (ред. от 11.07.2014) «О транспортном налоге» (принят Белгородской областной Думой 28.11.2002) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
4. Закон Белгородской области «О налоге на имущество организаций» от 27 ноября 2003 г. № 104 (ред. от 20.12.2013) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
5. Закон Белгородской области «О бюджетном устройстве и бюджетном процессе в Белгородской области» от 16 ноября 2007 г. № 162 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
6. Химичева, Н. И. Финансовое право: Учебник / Отв. ред. Н. И. Химичева. — Ф59 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Юристъ, 2004. — 749 с.
7. Титова, И. Н., Девкина А. С. Структурный анализ дохода бюджета Белгородской области // Экономика и социум. — 2014. — № 1 (10).
8. Черкашина, Е. А., Соловьева Н. Е., Панченко А. Е. Анализ опыта организации системы налогового администрирования в США и Германии // Экономика и современный менеджмент: теория и практика, Новосибирск: Изд. «СибАК», 2014. с. 108–114.

Основные проблемы развития малого предпринимательства в Чеченской Республике

Ларсаева Лаура Джалалдиевна, студент;
Магомадова Мадина Мовсаровна, преподаватель
Чеченский государственный университет (г. Грозный)

Ключевые слова: предпринимательство, безработица, экономическая ситуация, Чеченская Республика.

Малый бизнес — главный «творец» новых рабочих мест в нашей экономике. Создание среднего класса общества делается стратегической задачей увеличения финансовой, политической и социальной стабильности в Чеченской Республике. Решение этой задачи просит создания подходящих правовых и экономических условий для активного развития малого предпринимательства.

Малое предпринимательство содействует формированию рыночной структуры экономики и конкурентной среды, увеличению налогооблагаемой базы для бюджетов всех уровней. Путем создания новых предприятий и рабочих мест малое предпринимательство понижает остроту безработицы, гарантирует занятость населения, насыщает рынок разнообразными товарами и предложениями.

Проблема безработицы становится с каждым днем острее. При растущей напряженности на рынке труда малый бизнес остается главной возможностью для создания новых рабочих мест. Как известно, такой бизнес, довольствуется небольшими кредитами, аккумулирует рабочую силу, отскакивает платежеспособные рынки, увеличивает производственный оборот. Поэтому в наиболее развитых странах мира на долю малого бизнеса приходится 50–70 % прироста количества рабочих мест. Благодаря развитию малого бизнеса в ЧР численность безработных в ЧР за первый квартал 2013 года снизился на 6,3 процента. На конец первого квартала численность зарегистрированных безработных составила 164627 человек. Это на 6,3 процента меньше по сравнению с аналогичным периодом 2012 года. Тогда в трудоустройстве нуждались более 175 тысяч граждан.

На сегодняшний день можно выделить главные причины, которые препятствуют созданию и развитию предпринимательских структур: существующая система налогообложения с ее недостатками; неимение первоначального капитала и высокая стоимость кредитов, аренды помещений и оснащения; нестабильность российской законодательной базы; недостаток информации о состоянии рынков и возможных партнеров; отсутствие системы в работе по формированию инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.

Сами представители малых предприятий распределяют по значимости свои проблемы следующим образом: неочеты налоговой системы; неимение оборотных средств; низкий спрос населения; высокая арендная плата; экономическая политика государства; недоступность кредитов; дороговизна сырьевых ресурсов; слабое развитие вну-

тренного рынка; высокие тарифы на перевозки; неимение производственных площадей.

Развитие малого предпринимательства в разрезе районов республики происходит неритмично. Это происходит по разным причинам:

— Мощные разрушения и большой материальный ущерб, доставленный субъектам малого предпринимательства в отдельных районах республики;

— Нестабильная обстановка в горных районах республики;

— Слабая инфраструктура поддержки малого предпринимательства в отдельных районах;

— Чрезмерная «забота» малого предпринимательства со стороны отдельных глав администраций.

Формирование предпринимательства требует создания уровня мышления, базирующегося на знаниях действующего законодательства и нормативных актов, теоретических основ экономики, комплекса знаний в области менеджмента и маркетинга.

Постоянные проверки и посещения индивидуальных предпринимателей представителями органов власти, особенно муниципальной, препятствуют развитию малого бизнеса в ЧР.

Допустим, что гражданин РФ, а в нашем случае житель г. Грозного, накопив стартовый капитал, открыл свой собственный магазин, далее, следовательно, зарегистрировался в налоговой инспекции. Затем ему придется взять разрешение на деятельность в мэрии, заключить договор с энергетиками как предприниматель (в таком случае увеличивается стоимость электричества), далее — пожарная сигнализация с пожарным щитом, договора на воду, вывозку мусора, аренду помещения (если нет средств на покупку собственного), разрешение на рекламу, перевод площади в нежилюю.

Для нормальной деятельности бизнеса необходимо обеспечить оптимальное сочетание интересов страны, покупателей и субъектов предпринимательства. А для этого следует ввести упорядоченную и успешную нормативно-правовую базу малого предпринимательства, которая будет стимулировать развитие бизнеса и создавать подходящие условия для тех, кто готов начать и продолжить свое родное ремесло.

Упрощению жизни бизнесменов также будет способствовать облегчение процесса регистрации: регистрация должна исполняться в одном регистрационном ведом-

стве и срок ее должен быть ограничен (например, 10 днями). Целый ряд функций по регистрации, лицензированию, контролю (сейчас монополизированных государством) обязан перейти в совместное ведение, а некоторые из них — в исключительное ведение общественных организаций предприятий. То есть требует решения проблема перераспределения функций в системе жизнеобеспечения малого бизнеса.

Еще требует решения проблема нехватки производственных помещений и оборудования. Тут и нужно пробовать связать малое и крупное предпринимательство. В данном направлении предлагается активно применять простаивающие мощности других предприятий. Речь идет как о больших предприятиях-банкротах, так и о формально продолжающих работать предприятиях, но явно не имеющих перспектив полного использования располагаемых мощностей и производственных площадей. Для этого нужно создать такие условия, которые простимулируют сотрудничество, т. е. опять же улучшение правовой базы, помощь государства.

В социально-экономическом развитии Чеченской Республики в последние годы наблюдается положительная тенденция практически по всем макроэкономическим показателям. По предварительным данным положительная динамика сохранится и в 2013 году.

Важным достижением Чеченской Республики в сфере развития предпринимательства считается курс на создание бизнес-инкубаторов инновационного типа, где акцент будет сделан на предпринимателях с новыми идеями и инновационными технологиями.

Литература:

1. Малый бизнес в рыночной среде А. Ю. Чепуренко
2. Роль малого бизнеса в развитии экономики А. В. Береснева
3. Развитие малого и среднего предпринимательства в Чеченской Республике <http://www.chechnyatoday.com/content/view/423/134/>

Развитие малого бизнеса в Ростовской области

Семилякова Кристина Владимировна, студент

Донской государственный аграрный университет (пос.Персиановский, Ростовская обл.)

Степень развития малого бизнеса и активности предпринимателей во многом определяет уровень демократизации государства и открытости его экономики. Государство, поддерживающее малое предпринимательство решает проблемы повышения уровня благосостояния населения и увеличения в процентном соотношении граждан со средним уровнем дохода. Также налоговые поступления от малого бизнеса в значительной степени способствуют пополнению бюджета. Кроме того, конкуренция, являющаяся основным условием работы малых предприятий в системе с рыночной экономикой, позволяет сдерживать

Обращаясь к органам власти Чеченской Республики, можно предложить:

— Проведение неизменного мониторинга действующего законодательства на предмет его эффективности с позиций становления предпринимательской инициативы и проблем, появляющихся при использовании действующих норм, а также текущего нормотворчества в этой сфере на предмет соответствия их федеральному законодательству и на его базе приведение постановлений в соответствие;

— проведение анализа деятельности субъектов предпринимательства с целью выяснения степени влияния стимулирующих причин на уровень достижения ими практических результатов;

— подготовка и издание сборников инструктивно-нормативных документов, пособий сообразно правовому обеспечению предпринимательской деятельности (в том числе комментариев к нормативно-правовым актам, рекомендаций по практическим вопросам деятельности предприятий малого бизнеса, увеличению их эффективности, профессиональности их сотрудников и т. п.);

— обеспечить передачу субъектам малого бизнеса незавершенного строительства и пустующих объектов, а равно нерентабельных и убыточных предприятий на льготных условиях;

Подводя итог, можно сказать, что малое предпринимательство в ЧР — уже реальность, от его развития, от отношения общества и нашей республики к этой сфере экономики зависит и развитие экономики Чеченской Республики в целом.

рост цен на товары и услуги, и заставляет предпринимателей постоянно повышать качество продукции и внедрять новые технологии. Необходимо отметить, что роль малого предприятия в рыночной экономической системе трудно переоценить, так как, по сути, именно предпринимательство является конструктивной единицей и гарантией существования развитой рыночной экономики. [1]

Если рассмотреть подробнее малые и средние предприятия, то они отличаются между собой:

— формой собственности (частные, государственные, муниципальные и иные);

— целями деятельности (коммерческие и некоммерческие);

— отраслевой принадлежностью (промышленные, транспортные, сельскохозяйственные, строительные и другие);

— характером деятельности (исследовательские, конструкторские, проектные, производственные, торговые и другие);

— структурой деятельности (специализированные, производящие ограниченную номенклатуру товаров и диверсифицированные, производящие широкую номенклатуру товаров и работающие на разных рынках).

— Малые и средние предприятия распространены во всех областях экономики. Основными сферами их деятельности являются:

— оптовая и розничная торговля;

— ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования;

— строительство;

— операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг;

— сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство;

— обрабатывающие производства;

— здравоохранение и предоставление социальных услуг [2, с.33]

Согласно вступившему в силу с 1 января 2008 года Федеральному закону «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ, определено три критерия отнесения предприятия к малому и среднему бизнесу:

1) для юридических лиц — суммарная доля участия РФ, субъектов РФ, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать двадцать пять процентов (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов), доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать двадцать пять процентов;

2) численность работников:

микропредприятия — до 15 человек,

малые предприятия — до 100 человек включительно,

средние предприятия — от 101 до 250 человек включительно;

3) объем максимальной выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предыдущий год без учета налога на добавленную стоимость для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

микропредприятия — 60 млн руб.,

малые предприятия — 400 млн руб.,

средние предприятия — 1000 млн руб.

Указанные предельные значения установлены Постановлением Правительства Российской Федерации от 9

февраля 2013 г. № 101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».

Хотелось бы остановиться подробнее на развитии малого и среднего бизнеса на территории Ростовской области.

Малые предприятия являются неотъемлемой частью социально-экономической системы региона. Значение субъектов малого предпринимательства в экономике отражается в следующих моментах:

малый бизнес позволяет наиболее полно удовлетворить потребности населения в товарах и услугах;

для старта дела нужны инвестиции в размере меньшем, чем для создания крупных компаний;

развитие малого предпринимательства — одно из действенных направлений антимонопольной политики и обеспечения конкурентной среды;

малыми предприятиями проще управлять — для них не требуются сложные управленческие структуры;

развитие малого бизнеса в значительной степени позволяет смягчить проблему безработицы;

малое предпринимательство более гибкое, чем средний и крупный бизнес: быстрее реагирует на спрос потребителей.

По итогам первого квартала 2014 года в Ростовской области было зарегистрировано свыше 54,6 тысяч субъектов малого и среднего предпринимательства. Вместе с тем, отмечается, что из-за ухудшения качества бизнес-среды, замедления экономического роста, не только в нашем регионе, но и в целом по стране, в январе-марте текущего года зафиксировано снижение количества малых и средних предприятий. Так по сравнению с аналогичным периодом 2013 года в первом квартале 2014 года количество субъектов малого и среднего бизнеса сократилось на 3,7 %.

Оборот малых и средних хозяйствующих субъектов донского региона за первые 3 месяца 2014 года возрос на 6,0 % и достиг 146,7 млрд. рублей (31 % от общего оборота организаций по области). В то же время, без учета влияния роста цен, можно говорить о фактическом снижении оборота малых и средних предприятий (темп роста оборота в постоянных ценах составил 99,5 %).

С 1 января 2014 года действует Государственная программа Ростовской области «Экономическое развитие и инновационная экономика». Она утверждена постановлением Правительства Ростовской области от 25.09.2013 № 599 и действует с 2014 по 2020 гг., в рамках которой существует ряд подпрограмм, направленных, в том числе, и на поддержку малого и среднего бизнеса». Вот некоторые положения этой программы:

— Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства в целях возмещения части затрат, связанных с участием в зарубежных и российских выставочно-ярмарочных мероприятиях

— Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства в целях возмещения части процентной ставки по привлеченным кредитам, займам

— Предоставление субсидий субъектам малого предпринимательства в приоритетных сферах деятельности в целях возмещения части стоимости приобретенных основных средств и (или) программного обеспечения, его обновления

— Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства в приоритетных сферах деятельности, организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, в целях возмещения части арендных платежей

— Предоставление субсидий начинающим предпринимателям в целях возмещения части затрат по организации собственного дела, а именно возмещения части арендных платежей, стоимости приобретенных основных средств, материалов, методической и справочной литературы,

— Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства в целях возмещения части лицензионных платежей, в том числе первоначального взноса

— Вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность и поддержка молодежного предпринимательства

— Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства в целях возмещения части затрат, связанных с участием в зарубежных и российских выставочно-ярмарочных мероприятиях

— Содействие развитию и расширению сферы деятельности Ростовского бизнес-инкубатора, в том числе: приобретение электронно-вычислительной техники (иного оборудования для обработки информации), программного обеспечения, его обновление, периферийных устройств,

— Предоставление субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства в целях возмещения части затрат, связанных с участием в зарубежных и российских выставочно-ярмарочных мероприятиях

Кто может рассчитывать на государственную помощь? Во-первых, это юридические лица индивидуальные предприятия, которые зарегистрированы и работают на территории Ростовской области. Во-вторых, организация не должна иметь задолженностей по заработной плате и перед налоговыми органами. В-третьих, минимальный предел средней заработной платы для юридических лиц — не ниже 1,5 величины прожиточного минимума; для сельскохозяйственных товаропроизводителей (кроме КФХ и ИП) — не ниже 1,2 величины прожиточного минимума, для индивидуальных предпринимателей — не ниже 1 прожиточного минимума.

Предпринимателям возмещаются затраты, понесенные после 1 января того года, в который подана заявка на получение субсидии. Исключение составляют начинающие предприниматели, инноваторы и те, кто берет деньги на создание центров времяпровождения детей. Для последних размер субсидии составляет 85 % от обоснованных и документально подтвержденных затрат, понесенных в период с 1 сентября года, который предшествует году подачи заявки. При этом максимальная сумма финансовой поддержки в этом случае составляет не более 1 млн. рублей.

Субсидии на создание центров времяпровождения детей — это один из новых видов поддержки малых и средних

предприятий. В прошлом году на эти цели было выделено 12 млн. рублей. Для того чтобы в 2014 году предприниматели активнее пользовались этой формой поддержки, в этом году критерии отбора были несколько снижены.

Еще одним важным финансовым инструментом для развития бизнеса может стать поручительство «Гарантийного фонда Ростовской области». Основные требования Фонда: предприниматели должны быть отнесены к субъектам МСП или к организациям их инфраструктуры. При этом, банковская гарантия оформляется сроком не менее 1 года и на сумму свыше 1 млн руб.

В Ростовской области уже реализованы четыре областные целевые программы развития малого предпринимательства. В настоящий момент реализуется государственная программа Ростовской области «Экономическое развитие и инновационная экономика». На реализацию мероприятий подпрограммы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства» на 2014 год выделено 845,5 млн руб. Прямая финансовая поддержка на сумму 71,6 млн руб была оказана 136 субъектам предпринимательства. В мероприятиях по вовлечению молодежи в предпринимательство были задействованы более 3-х тысяч молодых людей в возрасте до 30 лет. Из них 22 создали субъекты малого или среднего предпринимательства.

В 2014 году предусмотрено 120 мероприятий, которые направлены на достижение темпов роста в числе малых и средних предприятий в Ростове-на-Дону не меньше 113,2 %, среднесписочной численности работающих в сфере средних и малых предприятий — не меньше 103,9 %, объема вложений в основной капитал малых и средних предприятий — не меньше 142,9 %, среднемесячной заработной платы — не меньше чем в 2,1 раза, доли производимых субъектами МСП товаров, а так же работ и услуг, в объеме ВРП в 2014 году не меньше 17,3 %, доли среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) средних и малых предприятий в среднесписочной численности (без внешних совместителей) всех организаций и предприятий в 2014 году не меньше 29,4 %.

3. Фонды поддержки малого предпринимательства и местного развития // Официальный портал [3].

Учитывая особую роль малого бизнеса в жизни города, а также принимая во внимание последние тенденции снижения темпов роста показателей, одной из стратегических целей муниципальной власти является создание благоприятных условий для динамичного развития предпринимательства.

В этих целях Администрацией города Ростова-на-Дону ведется комплексная работа, реализуются различные формы и методы поддержки, одним из механизмов стимулирования деятельности бизнеса является реализация мероприятий Муниципальной программы «Стимулирование экономической активности, содействие развитию предпринимательства в городе Ростове-на-Дону на 2014–2018 годы».

В рамках Подпрограммы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в городе Ростове-на-Дону

на 2014–2018 годы» реализуется ряд мероприятий, направленных на оказание следующих основных видов поддержки субъектам малого предпринимательства города:

Финансовой поддержки:

- предоставление субсидий малым предприятиям;
- микрофинансирование субъектов малого бизнеса, за счет средств Ростовского муниципального фонда поддержки предпринимательства.

Информационной и консультационной поддержки:

- проведение семинаров и других образовательных мероприятий;
- проведение мероприятий по вовлечению молодежи в предпринимательскую деятельность;
- изготовление методических пособий для предпринимателей;
- организация работы консультационных пунктов для предпринимателей во всех районах города, которые оказывают бесплатные консультации по любым вопросам ведения бизнеса.

Имущественной поддержки:

- предоставление предпринимателям на льготных условиях нежилых помещений муниципального бизнес-инкубатора.

Организационной поддержки:

- обеспечение деятельности экспертных координационных и совещательных органов по вопросам предпринимательства;

Литература:

1. <http://small-business.web-3.ru>.
2. Калинин, А. В. Основные тенденции развития и характеристика малого и среднего бизнеса в России // Российское предпринимательство. — 2011. — № 1 Вып. 2 (176). — с. 30–35.
3. Официальный портал Правительства Ростовской области <http://special.donland.ru>.

Состояние малого предпринимательства в Республике Северная Осетия-Алания

Теблоева Дзерасса Владиславовна, аспирант
Северо-Кавказский горно-металлургический институт (г. Владикавказ)

Как показывает опыт развитых стран, малое предпринимательство играет весьма важную роль в экономике. Развитие малого предпринимательства влечет за собой насыщение рынка необходимыми товарами и услугами, способствует снижению безработицы и созданию новых рабочих мест, улучшает национальное благосостояние страны, ее конкурентоспособность и мировое значение.

По данным ООН, в мире малым бизнесом занято примерно 50 % населения, насчитывается 53–55 млн. малых предприятий, которые обеспечивают 75 % новых рабочих мест.

Сектор малого предпринимательства является неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которого эконо-

— проведение профессиональных рейтинговых курсов;

— привлечение предпринимателей к участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях. И ряд других.

В целом инфраструктура поддержки предпринимательства в Ростовской области включает в себя 13 фондов поддержки малого предпринимательства и фондов местного развития, 20 муниципальных агентств поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, 21 информационно-консалтинговый центр по обслуживанию предприятий малого агробизнеса, крестьянско-фермерских хозяйств и личных подсобных хозяйств, семь бизнес-инкубаторов. [3].

Чтобы сохранить предпринимательскую активность в Ростовской области, губернатором поставлена задача по созданию комфортных условий для развития бизнеса. Правительство области эту задачу выполняет. Система поддержки в регионе построена таким образом, что доступ к помощи государства имеют как действующие, так и начинающие предприниматели.

В заключении хотелось бы отметить, что в условиях экономического кризиса именно малый бизнес становится наиболее перспективной сферой развития экономики. Ведь при распаде крупных предприятий-монополистов именно малое предпринимательство является главным рычагом поддержки экономики, резервом создания новых рабочих мест и источником пополнения государственного бюджета.

мика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Малый бизнес, или малое предпринимательство, представляет самый многочисленный слой мелких собственников. По своему уровню жизни и социальному положению они принадлежат к большинству населения, одновременно являясь как непосредственными производителями, так и потребителями широкого спектра товаров [1].

Говоря о состоянии малого предпринимательства в целом по стране, необходимо учитывать каждый отдельно взятый регион, входящий в ее состав.

Республика Северная Осетия-Алания входит в состав Северо-Кавказского Федерального округа. Столица — город Владикавказ. Площадь республики — 8 тыс. кв. км.,

из которых 48 % занято горными массивами. Численность населения на 2014 г. составила 703 977 человек.

Республика является промышленно специализированным регионом России. Основными отраслями промышленности являются — цветная металлургия, горнодобывающая, стекольная, пищевая промышленности и машиностроение.

В таблице 2 представлена структура экономической деятельности республики Северная Осетия Алания за 2013 г. [2].

Анализ таблицы показывает, что наибольшая доля приходится на оптовую и розничную торговлю, ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования — 1844 ед., что составляет 28,5 % от общего числа всех малых предприятий республики.

На втором месте по числу малых предприятий в РСО-Алания закрепилось сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство-1025 ед., что составляет 15,8 %. Сельское хозяйство является достаточно эффективной отраслью и почти полностью обеспечивает текущие потребности населения региона. Общая площадь сельскохозяйственных угодий

в регионе — 3,1 тыс. кв. км (38 % от общей площади территории), из которых более половины (61 %) приходится на пашни. Наблюдается преобладание посевов зерновых культур (пшеница, кукуруза, ячмень) — 56 %, около 9 % составляют посевы картофеля и подсолнечника. Также в республике хорошо развито животноводство (овцеводство, свиноводство, птицеводство).

Особое значение в экономике Республики Северная Осетия-Алания занимают цветная металлургия, металлообработка и электроснабжение. Их удельный вес в объеме промышленного производства составляет 84,5 %. Цветная металлургия представлена богатыми залежами свинца, цинка, молибдена, серной кислоты и медного купороса. Основными предприятиями, действующими на территории республики и специализирующимися на производстве и реализации цветных металлов, являются ОАО «Электроцинк» и ОАО «Победит».

На долю региона приходится 21,6 % всего производства шампанских и игристых вин в стране, 17,9 % виноградных вин, 5,2 % водки и ликероводочных изделий. Наиболее крупные предприятия: ОАО «Владикавказ-

Таблица 1

Число малых предприятий по видам экономической деятельности в 2013 г.

	Малые предприятия			
	Всего		В том числе микропредприятия	
	Единиц	В % к итогу	Единиц	В % к итогу
Всего в том числе по видам экономической деятельности:	6471	100	5997	100
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	1025	15,8	1000	16,7
рыболовство, рыбоводство	17	0,3	17	0,3
добыча полезных ископаемых	68	1,1	61	1,0
обрабатывающие производства	895	13,8	807	13,5
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	88	1,4	78	1,3
строительство	708	10,9	620	10,3
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	1844	28,5	1724	28,7
гостиницы и рестораны	237	3,7	222	3,7
транспорт и связь	302	4,7	279	4,7
финансовая деятельность	71	1,1	68	1,1
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	830	12,8	750	12,5
образование	35	0,5	34	0,6
здравоохранение и предоставление социальных услуг	157	2,4	152	2,5
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	194	3,0	185	3,1

ский пивобезалкогольный завод «Дарьял», ОАО «Престиж» (спирты), ОАО «Бесланский маисовый комбинат» (крахмал, патока, глюкоза), ОАО «Исток», ОАО «Салют» (водка, ликероводочные изделия), ОАО «Фаяур-Союз» (спирт этиловый, водка), ОАО «Моздокский мясокомбинат».

Структура экономики республики ориентирована по большей части на экспорт производимой продукции.

Однако, не смотря на положительную динамику развития, в регионе сохраняется проблема безработицы граждан. Вызвано это несогласованностью объемов и профилей подготовки кадров в учебных заведениях с существующими потребностями экономики.

В таблице 2 представлены статистические данные о занятости и безработице населения в Республике Северная Осетия-Алания.

Таблица 2

Усредненные статистические данные о занятости и безработице в РСО – Алания по годам

Год	Экономически Активные	Занятые	Безработные	Уровень Безработицы
2012	352 000	324 000	28 000	7,90
2011	358 000	328 000	30 000	8,25
2010	379 000	342 000	37 000	9,72
2009	370 000	331 000	39 000	10,42
2008	361 000	325 000	35 000	9,79
2007	318 000	287 000	31 000	9,78
2006	312 000	286 000	26 000	8,31
2005	331 000	302 000	29 000	8,76
2004	332 000	295 000	37 000	11,18
2003	341 000	307 000	34 000	10,00
2002	347 000	304 000	44 000	12,62
2001	356 000	296 000	59 000	16,72
2000	337 000	241 000	96 000	28,46

Из приведенных данных ясно прослеживается тенденция снижения уровня безработицы, уменьшение количества безработных и увеличение числа занятых граждан всего населения республики.

Успешное развитие малого предпринимательства является важнейшим фактором решения следующих проблем:

- формирование конкурентных, цивилизационных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества в товарах (работах, услугах);
- расширение ассортимента предлагаемой продукции и улучшения ее качественных характеристик;
- привлечение дополнительных средств на развитие производства;
- создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;
- формирование среднего класса;
- развитие научно-технического прогресса.

Все эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики [3].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что малый бизнес республики недостаточно развит и нуждается в финансовой поддержке со стороны государства.

Ситуация в экономике характеризуется необходимостью модернизации промышленных предприятий с целью адаптации к современным условиям рыночного производства. Среди целей, к достижению которых стремится государство посредством стимулирующего воздействия на малый бизнес, можно выделить: обеспечение насыщения национального и внешнего рынка товарами и услугами, демонополизацию производства, развитие и трансферт технологий. Малое предпринимательство является не только необходимой составляющей в создании рыночной экономики, но и обязательным элементом в социальном преобразовании общества, способствующим формированию среднего класса и обеспечивающим политическую стабильность региона. Не мало важное значение в развитии малого предпринимательства имеет формирование благоприятной среды, способствующей привлечению инвестиционных ресурсов, что влечет за собой создание новых рабочих мест. Роль сектора малого предпринимательства в инновациях рассматривается с нескольких сторон: с одной стороны, он обеспечивает совершенствование производства и управления, с другой — будучи непосредственно вовлеченным в производство наукоемкой продукции, порождает спрос на новые разработки, обеспечивая непрерывный научно-технический прогресс.

Литература:

1. Ивашенцева, Т. А., Гулова Н. А. Экономика предприятия. Учебное пособие. — Новосибирск: НГАСУ, 2005.
2. Краткий статистический сборник РСО-Алания в цифрах, 2013.
3. Лапуста, М. Г., Старостин Ю. Л. Малое предпринимательство: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008.

Инновационно-инвестиционный механизм развития экономики Саратовской области

Шляпникова Елена Викторовна, магистрант

Саратовский государственный технический университет имени Ю. А. Гагарина

Внедрение изложенных рекомендаций позволит диагностировать инновационно-инвестиционное развитие экономики Саратовской области с целью определения стратегических «точек роста» инновационно-инвестиционной привлекательности производственного сектора области. Исследуемая Саратовской область относится к типичным муниципальным образованиям, формирующим «каркас» расселения и хозяйственного освоения территории государства на первичном уровне. Поэтому результаты проводимого исследования могут быть применимы для любого муниципального образования данного типа.

Ключевые слова: инновационно-инвестиционная привлекательность; производственный сектор области.

Инновационное развитие экономики Саратовской области должно происходить в рамках общегосударственной стратегии.

В целях координации деятельности по совершенствованию условий реализации Стратегии социально-экономического развития Саратовской области до 2025 года, эффективного обеспечения общественного согласия и оказания реальной помощи отечественному предпринимательству на территории Саратовской области, а также формирования современной инвестиционной и инновационной инфраструктуры Саратовской области, исходя из необходимости объединения усилий государственных и предпринимательских структур, Торгово-промышленной палатой Российской Федерации, Правительством Саратовской области и Торгово-промышленной палатой Саратовской области заключено Соглашение о содействии развитию инвестиционной и инновационной деятельности.

Специфика экономики Саратовской области предопределяет инвестиционный интерес к производственному сектору области. В статье постараюсь выявить стратегические точки роста инновационно-инвестиционной привлекательности производственного сектора Саратовской области.

С этой целью проведу анализ инновационно-инвестиционной привлекательности производственного сектора Саратовской области по следующим направлениям: основная деятельность производственного сектора; научный потенциал области; инновационный потенциал производственного сектора; потенциал рынка труда; наличие инвестиционных проектов; инвестиционный климат.

Именно производственный сектор Саратовской области имеет сегодня достижения. Предприятия промышленности Саратовской области в первом полугодии 2014 года произвели товарной продукции и оказали услуг на сумму 65,3 млрд рублей, а индекс промышленного производства составил 114,2 %, темпы роста в действующих ценах — 119,5 %. Рост объемов промышленного производства в анализируемом периоде обеспечивался увеличением объемов отгруженной продукции предприятиями Саратовской области. Данные достижения превышают среднероссийские показатели.

Производственный сектор Саратовской области производит значительные объемы товарной продукции и имеет значительные перспективы развития. Анализ установления ресурсных возможностей Саратовской области для реализации инновационных проектов свидетельствует о том, что на сегодняшний день производственный сектор области обладает высоким инновационным потенциалом, который обеспечивается наличием инновационно-активных предприятий.

Саратовская область имеет высокий научно-технический потенциал, высококвалифицированные научные и инженерные кадры. Это является необходимым и основным условием для развития инновационной деятельности в регионе. А вузовская, академическая, отраслевая наука, а также научные подразделения промышленных организаций являются основным звеном инновационного потенциала Саратовской области.

Однако инновационный потенциал региона определяется не только наукой, но и уровнем применяемых технологий, а также соответствия технологий мировым достижениям.

В то же время наука, образование и предприятия области сдерживают интенсивное инновационное развитие из-за: не полной интеграции образования, науки и производства; «скромного» спроса на передовые технологии и нововведения со стороны промышленных предприятий; низкой информационной прозрачности инновационной сферы; низкой инновационной активности ведущих предприятий Саратова; недостаточного уровня поддержки и развития малого и среднего инновационного предпринимательства; недостаток профессиональных инновационных менеджеров.

Немаловажным условием инновационного прорыва в экономике является сбыт инновационной продукции на рынке.

Саратовская область имеет немалый потенциал к увеличению сбыта инновационной продукции предприятиями области.

Значительный вклад в развитие инновационного потенциала области могут оказать работающие в регионе научные организации Российской академии наук, научно-исследовательские институты (НИИ) при высших учебных заведениях, конструкторские, проектные и проектно-изыскательские организации. А высокая эффективность вклада научных организаций в развитие инновационного потенциала области может характеризоваться количеством патентных заявок на изобретения, полезные модели и промышленные образцы.

Проанализируем, как формируется кадровый потенциал для инновационной экономики области.

Общезвестно, что формирование кадрового потенциала для любых организаций не простой процесс, а для инновационных предприятий — особый. На текущий момент инновационные предприятия остро ощущают нехватку специалистов имеющих профессиональное образование в области инноваций, сформированного инновационного образа мышления и инновационных управленческих навыков.

В Саратове в СГТУ продолжается подготовка специалистов по управлению инновациями и инноватике, а в СГУ готовят специалистов по инновационному менеджменту. СГТУ достаточно длительное время работает в сфере производства знаний. СГТУ уже достиг инновационных успехов по внедрению результатов своих разработок в различные отрасли производственного сектора Саратовской области.

Данные успехи должны перерасти в систему непрерывной подготовки кадров инновационной сферы, переподготовки, повышение квалификации кадров.

Однако, необходимо отметить, что внедряют инновации в процесс производства и выпускают инновационную продукцию в основном крупнейшие промышленные предприятия области. Это можно объяснить нежеланием малых предприятий брать на себя специфические риски от длительного периода времени внедрения.

Необходимо и связать инновационный потенциал области и качество образования в университете.

В последние годы широко обсуждается вопрос о качестве образования в вузах Саратова. Выпускника любого университета характеризует его компетентность и мобильность. Конечно, эффективность полностью зависит от познавательной активности самого студента. Достижение эффективности обучения зависит, прежде всего, от содержания обучения. Наиболее содержательными методами являются активные методы обучения. Активные методы обучения направлены на формирование умений и навыков у студентов. Активные формы побуждают учащихся к активной мыслительной и практической деятельности в процессе овладения учебным материалом.

В образовательной сфере существует некий обобщенный анализ усвоения учебного материала студентами вузов.

Интерактивные методы обучения являются наиболее эффективными в подготовке студентов в современном вузе. Интерактивные методы обучения обеспечивают максимальную активность студента в процессе формирования ключевых компетенций, так как они формируются лишь в опыте собственной деятельности.

С целью усиления информационной прозрачности инновационной сферы в области ежегодно создается «Реестр инновационных проектов Саратовской области».

В феврале 2014 года в Саратове состоялась межрегиональная практическая конференция «Перспективы развития предпринимательства в молодежной среде». Участниками мероприятия стали руководители министерств и ведомств, ректоры саратовских ВУЗов, представители малых и средних предприятий области и регионов ПФО, общественных организаций «Молодая инновационная Россия», «Опора России», молодежных объединений.

В рамках конференции на площадке Правительства впервые в области была организована выставка «Улица инновационных проектов саратовских предпринимателей». 17 инновационных проектов презентовали молодые предприниматели, представляющие новые производства, созданные на базе университетов Саратова и предприятий.

Целью практической конференции стала популяризация предпринимательства среди молодежи, трансляция опыта реализации проектов молодыми предпринимателями, индикация заинтересованности власти в государственной поддержке молодежного предпринимательства.

За последние 4 года при поддержке Правительства области создано 56 малых инновационных предприятий. В целях поддержки молодежного инновационного предпринимательства, развития детского технического творчества и реализации инновационных проектов в регионе создается сеть центров молодежного инновационного творчества. В 2014 году будет создано 5 центров, оснащенных комплектом современного высокотехнологичного цифрового оборудования.

Рекомендации по развитию инновационного образования в г. Саратове.

В саратовских вузах создавать условия для формирования и закрепления профессиональных знаний, умений и навыков, развития умений самостоятельно мыслить, ориентироваться в новой ситуации, находить свои подходы к решению проблем, устанавливать деловые контакты.

Обращать в процессе обучения особое внимание на эмоциональный отклик на процесс познания, мотивацию

учебной деятельности, интерес на овладение новыми знаниями, умениями и практическом их применении.

Способствовать развитию творческих способностей у студентов, умению формулировать и высказывать свою точку зрения, активизировать мышление.

Избегать стереотипов в обучении и вырабатывать новые подходы к профессиональным ситуациям.

Литература:

1. Закон Саратовской области «Об инновациях и инновационной деятельности», (в ред. Закона Саратовской области от 13.02.2003 №9-ЗСО, от 23.07.2004 N 40-ЗСО).
2. Областная инновационная научно-техническая программа «Развитие высоких технологий в Саратовской области на 2010–2014 годы». Приложение к постановлению Правительства области от 14 октября 2009 г. №502-П
3. Закон Саратовской области «О государственной поддержке специализированных субъектов инновационной деятельности в Саратовской области», №39-ЗСО от 23.07.2004 г.
4. О режиме наибольшего благоприятствования для инвесторов в Саратовской области: Закон Саратовской области от 28 июня 2007 года №116-ЗСО [Электронный ресурс]: (принят Саратовской областной Думой 20.06.2007). — Ст. 10. URL: www.saratov.gov.ru/government/structure/mininv/.../mode-invest.do... (дата обращения: 01.11.2012).
5. О ставках налога на прибыль организаций в отношении инвесторов, осуществляющих инвестиционную деятельность на территории Саратовской области: Закон Саратовской области от 01 августа 2007 года №131-ЗСО [Электронный ресурс]: (принят Саратовской областной Думой 25.07.2007). — Ст. 1. URL: www.saratov.gov.ru/government/structure/mininv/.../mode-invest.do... (дата обращения: 01.11.2012).
6. Ревина, А. С. Особенности повышения инновационной активности мезокомплекса // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2010. — №2 (22). [Электронный ресурс]. URL: <http://uecs.mspir.ru> (дата обращения: 22.10.2012).

17. ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

Импортозамещение как реальное средство для промышленного роста

Баевская София Савельевна, бакалавр;
Сотина Александра Игоревна, бакалавр
Ростовский государственный университет путей сообщения

Вопрос об импортозамещении в России является далеко не новым. Многие эксперты считают, что его осуществление началось еще после девальвации в 1998 году, когда в потребительской корзине некоторые импортные товары стали заменяться отечественными (объем импорта сократился на 20 %, в 1999 году — еще на 28). [5] Стагнация экономики, сырьевая направленность экспорта — черты российской экономики начала двухтысячных годов, которые еще больше усилили необходимость импортозамещения как реального средства для промышленного роста в России. [6]

В 2014 году разговоры об импортозамещении продуктов и технологий перешли на значительно другой уровень. Введение санкций со стороны Запада сделали вопрос о поиске решения возникших проблем максимально актуальным. Импортозамещение в России — замена импорта в Россию товарами, произведенными отечественными производителями внутри страны. Среди мер стимулирования замены импорта можно выделить следующие: таможенно — тарифное и нетарифное регулирование, господдержка и субсидирование производства в России.

После кризиса международных отношений из-за событий, связанных с Украиной, в начале 2014 года, некоторые страны предупредили о возможности экономических санкций в отношении России. Началась государственная политика импортозамещения, обозначенная премьер-министром Д. Медведевым как один из основных приоритетов. Глава министерства промышленности и торговли РФ Д. Мантуров заявил в мае 2014 года, что при введении санкций, промышленности России понадобится от полугода до двух с половиной лет для налаживания выпуска необходимых товаров. В этот же период Президент РФ В. В. Путин объявил о проведении «активной политики импортозамещения», указав на то, что поддержка будет лишь в направлениях, где отечественные производители могут быть конкурентоспособными. Среди перечня поддерживаемых отраслей были названы производство программного обеспечения, радиоэлектронного и энергетического оборудования, станкостроение и продовольственный рынок. Также в октябре 2014 года было объявлено о подготовке запрета на закупки автотехники, продукции металлургии и тяжелого машиностроения импортного производства для государственных ком-

паний, обойти который можно только через лизинг или в том случае, если аналог данной продукции не выпускается в России.

Для российского агропромышленного комплекса импортозамещение является стратегической задачей уже не один год наряду с модернизацией материально-технической базы, формированием инфраструктуры и развитием малого бизнеса. Значительных успехов удалось добиться в следующих направлениях: кондитерские и хлебобулочные изделия, безалкогольные напитки. На рынке мясной продукции также наблюдалась тенденция к спаду импорта. В 2013 году импорт мяса сократился на 13 % по сравнению с предшествующим годом и составил: удельный вес импорта говядины в потреблении в 2013 году в России составил почти 59 %, свинины — 31 %, мяса птицы — 13 %. До сих пор наблюдается нехватка говядины мясных пород, что в значительной мере отразилось на увеличении цены после введенных санкций. Больших успехов удалось добиться на рынке готовых мясных изделий, импорт был практически вытеснен к 2012 году за счет защиты рынка и уменьшения стоимости привлечения средств для производства путем субсидирования ставок по кредитам.

Осенью 2014 года Центральный банк РФ выступил за предоставление преференций проектам импортозамещения за счет использования нового инструмента рефинансирования. Данный инструмент заключается в следующем: Центробанк РФ ограничит финансирование одного инвестпроекта на уровне 20 млрд рублей по этой программе по ставке на 1 процентный пункт ниже ключевой ставки ЦБ РФ. Также просьбу о денежной поддержке экономики высказала Счетная Палата, так как ее специалисты выражают мнение о том, что Россия может не справиться полностью с заменой импортных товаров, которых коснулись санкции. Данное утверждение особенно относится к некоторым видам молочной (доля импорта примерно 60 %), мясной продукции (доля импорта около 30 %) и сыров (доля импорта 48 %). При этом следует заметить, что уровень свободных производственных мощностей в этих производствах достаточно велик: мясоперерабатывающая промышленность — 34 %, сырная отрасль и цельномолочное производства — 41 %. По данным Счетной палаты, в предыдущем году продукты, которых коснулись санкции, были импортируемы из ЕС,

США, Австрии, Норвегии в объеме 40 % от всей совокупности поставок этих продуктов в РФ. [7]

Основной мерой по решению этой проблемы специалисты Счетной Палаты считают субсидии процентной ставки по инвестиционным проектам по созданию новых производств продукции сельского хозяйства, центров переработки и хранения продовольственных товаров. Аналитики считают, что этот механизм будет пользоваться спросом со стороны производителей особенно при установившихся высоких ставках и дефиците ликвидности, а также со стороны банков, в силу того что риски будут компенсироваться залогом инвестиционных проектов. Производители считают эту меру достаточно действенной, но недостаточной. По мнению руководителей компаний, необходимо также создание инфраструктуры, особенно в северных регионах.

Еще одним актуальным и активно обсуждаемым направлением импортозамещения являются информационные технологии (ИТ), ведь от успешного функционирования данной отрасли зависит не только состояние экономики, но и безопасность страны. Программа замещения импорта в сфере ИТ принимает государственный уровень и по праву считается значимым фактором увеличения устойчивости страны к внешнему влиянию и обеспечению безопасности. В феврале 2014 года Президент РФ поручил Министерству экономического развития, Министерству связи и массовых коммуникаций и Министерству финансов представить предложения по поддержке программных продуктов российского производства посредством государственных закупок и закупок естественных монополий. [2]

На данном этапе все стороны рынка знают о сложном положении отрасли информационных технологий в России. Представители компаний по разработке программного обеспечения недовольны поддержкой государства, также много сторонников того, что конкурентоспособность российской сферы ИТ невелика и проще использовать передовой опыт иностранных компаний. По различным данным доля зарубежного программного обеспечения в России составляет более 60 %. Ежегодный объем лицензионных отчислений крупнейших зарубежных ИТ-компаний в России превышает 280 млрд руб. (около 40 % объема российского ИТ-рынка). Более 80 млрд руб. этой суммы приходится на расходы государственных организаций.

Фундаментом импортозамещения в отрасли ИТ должно стать обеспечение преимуществ отечественным разработчикам (доля иностранного капитала не более 25 %, более 75 % продаж в России, резидент РФ, доля иностранного персонала не более 25 %). Данный вопрос является сложным за счет того, что необходимо не просто копировать, а создавать принципиально новые национальные системы, не просто продукты, а технологии, разговоры об этом ведутся уже достаточно долго, но особых подвижек не произошло. Однако многие эксперты убеждены в том, что данная задача по силам национальным разработчикам.

Уже можно говорить о накоплении опыта и внедрении в областях ERP (программный пакет, реализующий организационную стратегию интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами), электронного документооборота, электронной торговли и информационной безопасности. Наибольшую трудность представляет замещение операционных систем и элементной базы, одним из путей преодоления которой называют развитие отношений с зарубежными центрами в Индии и Китае. Создание собственной операционной системы на основе открытого кода возможно в течение трех лет по мнению президента НАИРИТ О. Усковой.

При поддержке отечественных разработчиков нужно соблюдать осторожность, не допускать лоббирование решений по импортозамещению государственными корпорациями и чиновниками, соблюдать на рынке условия конкуренции в конкурсах, выработать критерии для выбора победителя между национальным и зарубежным производителем, исключать манипуляцию результатами конкурса, проводить регулярный мониторинг закупок ПО. Рассмотрев это направление можно сказать, что проблемы есть и для разработчиков и для государственных структур. Представители российских разработчиков давно твердили о необходимости создания механизма, который бы повысил внимание к инновационным разработкам отечественного производства, поддерживал бы российские компании, запустил бы создание собственного рынка, и скорее всего повсеместное обсуждение этого вопроса, разработка стратегии и государственных программ дадут толчок к запуску такого механизма.

В июне 2014 года Минпромторг провел анализ, по результатам которого наиболее перспективными с точки зрения импортозамещения являются такие отрасли как станкостроение (доля импорта более 90 %), тяжелое машиностроение (60–80 %), легкая промышленность (70–90 %), электронная промышленность (80–90 %), машиностроение для пищевой промышленности (60–80 %). В России наблюдается крайне низкий уровень станкостроения. Проблема здесь заключается в нескольких аспектах. Во-первых, российские компании не желают размещать заказы у отечественных производителей, ссылаясь на недостаточные мощности и невысокое качество. Например, Лукойл устанавливает на своих платформах американское оборудование, а компания Роснефть решает сменить российское оборудование предприятия РУМО, производящего газомоторкомпрессоры и судовые двигатели, на американский аналог Ariel [4]. НОВАТЭК размещает заказы в Корее, на что президент В. В. Путин на совещании в Астрахани сделал замечание: «вы заказ сделали туда (за границу), и все — деньги заплатили миллиарды, и до свидания — а причем здесь российское судостроение?... Если заказов не будет, то никогда и развития не будет, понимаете?». Во-вторых, в стране нехватка высококвалифицированных специалистов в сфере машиностроения, а для развития этой от-

расли без них никуда. В-третьих, у многих отечественных предприятий не хватает денежных ресурсов для развития технологий и производства.

Указанные проблемы можно решить с помощью различных методов. Заместитель министра промышленности и торговли с. Цыб в своем интервью для «Российской Газеты» отметил некоторые из них. [3] В частности он выделил такие направления мер по содействию импортозамещению как стандартизация и государственные закупки. Стандартизация — средство обеспечения норм безопасности, экологических требований, что позволит сократить импорт некачественной продукции. Для поддержки отечественных производителей, обеспечения спроса на их продукт, для их выхода на конкурентоспособные объемы производства используют госзакупки — размещение заказов на товары, работы, услуги для государственных, муниципальных нужд, нужд бюджетных учреждений. [1]

Для защиты своих рынков и стимулирования отечественного производства следует применять меры таможенно-тарифного регулирования. Например, увеличить

таможенные пошлины на ввоз продукции тех отраслей, в которых проводится импортозамещение, но в то же время уменьшить ставки ввозных таможенных пошлин на отдельные виды сырья, материалов, и комплектующих, которые необходимы российским производителям. Эти меры в то же время должны способствовать сокращению конкуренции, что облегчит российским предприятиям вывод на рынок своей продукции. Другим действенным методом поддержания и развития отечественной промышленности выступает предоставление государственных субсидий. Поддержка импортозамещения может осуществляться путем предоставления субсидий на исследовательские, конструкторские работы, модернизацию производства, развитие новых технологий и др. В нашей стране такие меры уже работают. Так, субсидирование НИОКР в настоящее время дает положительные результаты. Хочется надеяться, что и в других отраслях за счет преодоления стоящих на пути трудностей, разработки действенного механизма стимулирования производства, российская экономика перейдет на качественно новый этап развития.

Литература:

1. Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»
2. Басина, Н. Что такое импортозамещение и каким ему быть в России/ <http://www.crn.ru> — 7.07.2014
3. Воронина, Ю. Минпромторг: РФ переходит на импортозамещение технологий, Лекарство от зависимости./ www.rg.ru — 05.08.2014
4. Ляте, К. Остров Россия: есть ли у нас шансы на импортозамещение?/ www.rbc.ru — 07.11.2014
5. Федоляк, Ф. С. Импортозамещающая стратегия структурных сдвигов в экономике России // М.: 2002
6. Шохина, Е. Импортозамещение ускорить промышленный рост/ «Expert Online» — 03. 08. 2014.
7. Центробанк вспомнил о бизнесе /»Expert Online» — 18.11.2014

Проблемы взимания таможенных платежей с международных почтовых отправлений

Вериш Татьяна Анатольевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Государственный морской университет имени адмирала Ф. Ф. Ушакова (г. Новороссийск)

Подходящий к концу 2014 год был непростым периодом для участников интернет-торговли. Дело в том, что Президент России Владимир Путин подписал Закон «О внесении изменения в статью 317 федерального закона «О таможенном регулировании в РФ», наделяющий Правительство Российской Федерации правом регулировать нормы ввоза товаров для личного пользования, пересылаемых в международных почтовых отправлениях, без уплаты таможенных пошлин, налогов. [3]

В свою очередь Министерство Финансов Российской Федерации подготовило проект постановления о снижении стоимости товаров личного пользования, не облагаемых пошлиной при ввозе. Но прежде, рассмотрим процесс таможенного оформления таких товаров.

Если в отношении товаров, пересылаемых в международных почтовых отправлениях, не требуется подача декларации на товары, таможенные пошлины, налоги исчисляются и начисляются таможенным органом. Должностное лицо таможенного органа устанавливает предназначение товаров, пересылаемых в международном почтовом отложении в адрес физического лица, принимая во внимание следующие факторы:

— характер товаров, т. е. учитываются потребительские свойства товаров, традиционная практика их применения и использования в быту.

— количество товаров в одном международном почтовом отложении. Однородные товары, имеющие одно наименование, цвет, размер, фасон и т. п. в количестве,

превышающем реальные потребности одного лица, получающего товары (а также членов его семьи), рассматриваются как товары для коммерческих целей.

— частоту пересылки товаров. Однородные товары, пересылаемые хотя бы и в небольших количествах одним и тем же лицом или в адрес одного и того же лица одновременно, либо в течение одной недели, могут рассматриваться как не предназначенные для личного пользования получателя.

В большинстве случаев таможенный контроль опирается на данные рентгена и на документы следующие с посылкой, где интернет — магазином указываются стоимость товара, наименование, вес, адрес отправителя и адрес получателя. При наличии противоречий между фактическим содержимым посылки (по данным таможенного рентгена) и сведениями в документах, сотрудник таможенника имеет право вскрыть упаковку, осмотреть содержимое, определить его к категории запрещенных или не запрещенных к ввозу товаров. Затем, составляется опись содержимого посылки и, в случае если товар не запрещенный, международное почтовое отправление продолжает путь к его получателю. В случае, если сотрудник таможенного органа определил, что посылка идет с нарушением таможенного законодательства, составляется протокол и посылка задерживается до судебного решения.

Если установлено, что пересылаемые товары предназначены для личного пользования, должностное лицо таможенного органа, в регионе деятельности которого находится учреждение международного почтового обмена, осуществляет таможенные операции связанные с исчислением и начислением подлежащих уплате таможенных пошлин, налогов используя таможенный приходный ордер. В таможенном приходном ордере указываются таможенная стоимость и вес пересылаемых товаров. На основании таможенного приходного ордера заполняется бланк почтового перевода, в котором указываются:

- размер подлежащих уплате сумм таможенных пошлин, налогов;
- почтовый адрес получателя;
- почтовый адрес, реквизиты расчетного счета и наименование таможенного органа, начислившего таможенные пошлины, налоги.

К посылке прикладываются заполненный бланк почтового перевода ф. 112 эф. вместе с экземпляром таможенного приходного ордера, что свидетельствует о необходимости взыскать с получателя указанную сумму. Представитель таможенного органа проставляет отметку «Выпуск разрешен с обязательной уплатой таможенных пошлин, налогов», которую подписывает и заверяет отпечатком личной номерной печати.

Получатель имеет возможность уплатить необходимую сумму путем перечисления денежных средств на счет таможенного органа, их начислившего, по поступившему вместе с международным почтовым отправлением бланку почтового перевода ф. 112. В почтовом отделении получатель совершает оплату таможенных пошлин, налогов

в полном объеме, после чего оператор почтовой связи осуществляет выдачу физическому лицу поступившей на его имя посылки.

Итак, в соответствии с проектом Минфина сокращение беспошлинного лимита предусмотрено с 1000 евро (норма действует в настоящее время) до 150 евро. Также планируется ограничение массы посылки до 10 килограмм вместо лимита 31 килограмм в месяц (норма действует в настоящее время). За счет установления таможенных ограничений правительство планирует пополнить бюджет, так как если товар **стоит или весит больше** указанных норм, то взимается пошлина в размере 30 % от стоимости, но не менее 4 евро за 1 кг веса **в части превышения** стоимостной или весовой нормы.

Минпромторг выступает против предложенного Минфином снижения порога беспошлинной интернет-торговли. Ведомство предлагает компромиссный вариант в 500 евро, заявляя, что Минфин недостаточно аргументировал свою позицию, приняв решение об установлении порога в 150 евро. Министерство Финансов Российской Федерации объяснило его только тем, что в большинстве других стран лимит «не превышает 100–150 единиц национальной валюты». Минпромторг считает такую аргументацию недостаточной.

Рассматриваемый сегмент торговых отношений в настоящее время стремительно развивается. Следует отметить, что по данным компании «InSales» в Рунете (т. е. русскоязычном Интернете) на данный момент присутствует порядка 100 тысяч торговых сайтов. Однако, работающих интернет — магазинов, в которых было более 2-х заказов в месяц, в 2013 году по оценкам InSales.ru было 39 тысяч, что в 6,5 раз больше количественных показателей 2007 года. [8]

Актуальность проблемы обусловлена тем, что суммарный оборот интернет-магазинов в России за 2013 г. составил 470 млрд. рублей и это на 34 % больше показателей 2012 г. (рис. 2). По данным статистики около 80 % всех посылок, поступающих в Российскую Федерацию, содержат товары, приобретенные в рамках интернет-торговли.

Конечно, такие новости о грядущих переменах вызвали определенный резонанс в обществе. Так, на сайте «Российская общественная инициатива», была опубликована онлайн-петиция против снижения таможенного лимита на беспошлинные покупки в иностранных интернет-магазинах, которая набрала 100 тысяч голосов, в связи с чем рассмотрением документа занялась специальная экспертная комиссия «Открытого правительства».

В настоящее время Министерство Финансов Российской Федерации прекратило работу над резонансным законопроектом о снижении порога беспошлинного ввоза посылок до 150 евро. Разработка проекта заморожена из-за отсутствия «формальных оснований». Однако, 1 января 2015 года работа может возобновиться. Это связано с вступлением в силу Соглашения о Евразийском экономическом союзе, подписанного Российской Федерацией,

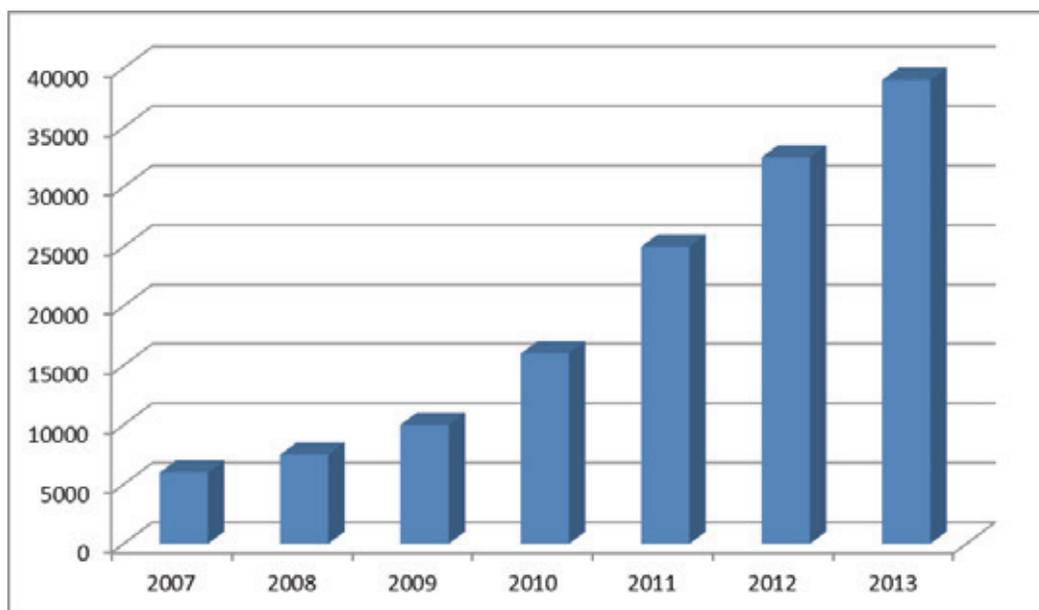


Рис. 1. Число интернет-магазинов в Рунете

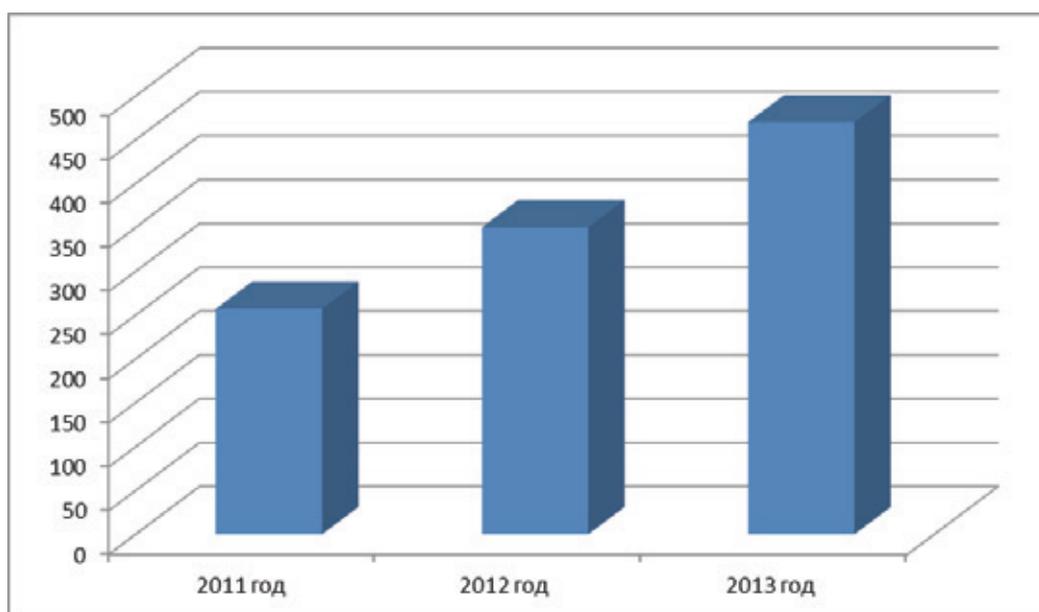


Рис. 2. Суммарный оборот интернет-магазинов в России, млрд руб.

Республикой Беларусь и Казахстаном, в соответствии с которым на территории всего Таможенного союза будут действовать единые таможенные лимиты. Учитывая, что в настоящее время в Российской Федерации и Казахстане применяются таможенные пошлины в случае получения в течение одного месяца товаров, стоимость которых пре-

вышает **1000 евро** и их суммарный вес превышает 31 кг, в части такого превышения, а в Республики Беларусь взимаются таможенные платежи с международных почтовых отправлений с таможенной стоимостью **более 120 евро**, обойти вопрос снижения беспошлинного порога скорее всего будет невозможно.

Литература:

1. Таможенный кодекс Таможенного союза.
2. Федеральный закон от 27.11.2010 N 311-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О таможенном регулировании в Российской Федерации» Постановление Правительства Российской Федерации.
3. Федеральный закон от 05.05.2014 N 114-ФЗ «О внесении изменения в статью 317 Федерального закона «О таможенном регулировании в Российской Федерации»

4. Федеральная таможенная служба Российской Федерации. — <http://customs.ru>.
5. Евразийский новостной портал. — <http://www.eurasec.com>.
6. Евразийское экономическая комиссия. — <http://www.tsouz.ru>
7. Консультативно-экспертный совет Таможенного союза. — <http://www.sovet-ts.ru>.
8. Рынок интернет-торговли в России в 2013 году. — http://www.insales.ru/blog/wpcontent/uploads/2014/04/InSales_B2C_retail_ecommerce_report_2013.pdf

Роль самообслуживания в розничной торговле

Кирилина Екатерина Алексеевна, магистрант

Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина

Розничная торговля является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики не только в России, но и в зарубежных странах. Торговля становится наиболее устойчивой сферой в развитии рыночных отношений. Задача торговли — не только доводить товары до конечного потребителя, но и активно воздействовать на формирование потребительского спроса, что невозможно без качественного торгового обслуживания.

Торговля занимает важное место в экономике страны и является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей. Розничная торговля выявляет необходимые по цене и потребностям товары производственно-технического назначения и широкого потребления, т. е. является индикатором спроса. Именно розничная торговля позволяет не только динамично реагировать на изменения в рыночной среде, но и повышать качество жизни общества за счет своевременного удовлетворения запросов каждого его члена.

Проблема качества обслуживания в торговле постоянно волнует и покупателей и продавцов. Растет материальное благосостояние людей, растет их культурный уровень. В этих условиях вполне естественно желание покупателей приобрести необходимый ему товар в удобное для него время, в удобном месте, в нужном ассортименте.

Поэтому в условиях рыночной конкуренции большое значение уделяется торговому обслуживанию, так как от качества и уровня торгового обслуживания зависит эффективная торговая деятельность любого предприятия, основным показателем которой является размер прибыли.

Правильная организация работы розничного предприятия относительно применяемых методов продаж и предлагаемого к продаже ассортимента продукции самым прямым образом влияет на величину его товарооборота и, как следствие, на результат всей финансовой деятельности фирмы.

Важным моментом в организации работы любого предприятия является система применяемых методов продаж. Особенно актуально это для больших современных супермаркетов и универмагов, где всегда очень большой поток покупателей.

В настоящее время эффективным методом продажи становится самообслуживание, так как это выгодно и про-

давцу, поскольку увеличивает торговый оборот, и покупателю, который избавлен от необходимости стоять в очередях в разные отделы. Но такой вид продаж имеет определенные риски, так как покупатель получает доступ к товару и фактически вступает во владение им до момента оплаты товара на кассе. Эта форма розничной торговли, используемая несколько десятилетий, изначально основывалась на полном доверии к покупателю. Но вскоре выяснилось, что не все посетители магазинов добросовестно оплачивают выбранный товар на кассе. Следовательно, для организации магазинов самообслуживания предполагается наличие специально устроенных и оборудованных помещений с видео-фиксацией.

Самообслуживание в большинстве развитых стран имеет самый большой удельный вес. Так, например, в США удельный вес самообслуживания в продовольственной торговле достигает 95 %, в Швеции — 100 %, Норвегии — 84,8 %, Дании — 79 %, Великобритании — 93,2 %.

Высокая эффективность самообслуживания за рубежом обеспечивается за счет предоставления широкого ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров. В супермаркетах США, например, ассортимент товаров насчитывает 10 000–15 000 наименований, суперсторах — 18 000–20 000 наименований. В супермаркетах развитых стран большой удельный вес занимают непродовольственные товары (30–35 % общего количества реализуемых товаров).

Одной из характерных тенденций развития магазинов самообслуживания является широкомасштабное внедрение автоматизированных узлов расчета. При этом повышается социально-экономическая эффективность торговли, что выражается в ускорении обслуживания покупателей в среднем на 14–17 %, сокращается число ошибок и злоупотреблений товарными запасами, упрощает учет и контроль. А к функциям работников торгового зала сводятся в основном консультирование покупателей, выкладке товаров и контроль за их сохранностью.

Самообслуживание может быть как полным так и частичным. При полном самообслуживании все товары продают по этому методу, при частичном — некоторые товары продают непосредственно продавцы через прилавок.

Такие товары, как правило, поступают в магазин в не расфасованном виде и предварительная их фасовка не является целесообразной. Доля продаваемых путем самообслуживания товаров должна составлять не менее 70 % общего объема розничного товарооборота магазина. При продаже методом самообслуживания важную роль играет

размещение и выкладка товаров, которые должны создавать удобные условия для осмотра и выбора товаров покупателями.

Процесс продажи методом самообслуживания представляет собой «цепочку» последовательно осуществляемых операций:

Таблица 1

Технологический процесс продажи методом самообслуживания

Встреча покупателя и его информирование	Получение инвентарной корзины или тележки	Самостоятельный выбор товаров и доставка их в узел расчета	Расчет за товары и получение чека	Упаковка приобретенных товаров	Возврат инвентарной корзины или тележки
---	---	--	-----------------------------------	--------------------------------	---

Опыт продажи товаров с помощью самообслуживания при правильном решении ряда организационно — техно-

логических вопросов показывает его значительные преимущества по сравнению с традиционным методом (таблица 2).

Таблица 2

Сравнительная характеристика традиционного (через прилавок) метода продажи и самообслуживания

Методы	Преимущества	Недостатки
Традиционный	обеспечивает сохранность товара; более квалифицированные консультации	включает много операций (более затратный); замедляется обслуживание (низкая пропускная способность); есть вероятность образования очереди; существенны затраты на персонал
Специфика	Особую роль играет профессиональный уровень продавца	
Самообслуживание	свободный доступ к товарам; увеличение пропускной способности; экономия времени покупателей; благоприятные условия для совершения импульсивных покупок; эффективное использование трудовых ресурсов, торговых площадей и оборудования; рост объемов продаж, снижение издержек и повышение производительности труда	более высокие единовременные затраты на организацию технологического процесса продажи; специфика планировки, торгово-технологического оборудования, система защиты от краж; более высокие затраты на забывчивость покупателя
Специфика	Отсутствие психологического барьера при выборе покупки	

Рассматривая конкурентные преимущества внедрения самообслуживания нельзя не отметить его психологический эффект как для покупателя, так и для продавца. С точки зрения покупателя, для него привлекателен и сам факт доверия в выборе товара. С точки зрения продавца, снижается степень нагрузки от общения с покупателями.

Таким образом, реализация товаров по методу самообслуживания не только отвечает интересам и предпочтениям покупателей, но и позволяет обеспечить положительный экономический эффект деятельности предприятия розничной торговли, усилить его конкурентные позиции на рынке товаров и услуг.

Литература:

1. Алейников, В. «Заштрихованный» товар не пропадет // Современная торговля. — 2008. — №3. — с. 7–14.
2. Платонов, В. Н. Организация торговли: Учебное пособие. — Мн.: БГЭУ, 2002. — 287 с.

3. Тарасова, Е. Е., Матвеева О. П. Перевод на самообслуживание магазинов потребительской кооперации: социальная и экономическая эффективность, методика оценки // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. — 2005. — №3(12). — с. 14–21.
4. Тиницкая, О. В. Реализация товаров в магазинах потребительской кооперации и направления ее совершенствования: Монография. — Белгород: Кооперативное образование, 2006. — 251 с.
5. Чкалова, О. В. Торговое предприятие. — М.: Эксмо, 2008. — 320 с.

Эксплуатационные характеристики хлопчатобумажных, льняных и смешанных полотен, реализуемых на внутреннем рынке РФ

Луц Алевтина Романовна, кандидат технических наук, доцент;
Соловьева Екатерина Ивановна, студент;
Никитина Мария Анатольевна, студент
Самарский государственный технический университет

В формируемой рыночной модели XXI века одним из приоритетов реального роста экономики и национальной безопасности страны является эффективное развитие текстильной промышленности, ранее являвшейся бюджетообразующей и производящей стратегически важные изделия, используемые практически во всех отраслях и сферах экономики [1].

Российский рынок текстильных товаров сегодня более чем на 75 % занят товаропроизводителями иностранных государств, в основном Турции и Китая. В результате государство теряет прибыль предприятий, налоговые платежи в бюджеты всех уровней и поступления во внебюджетные фонды в сумме около 1,5 млрд. долл. США в год. Если учесть еще потери от сокращения производства отечественного сырья и материалов, технологического и общепромышленного оборудования, общие потери, по меньшей мере, в два раза больше [2].

Хлопчатобумажная промышленность России — это крупный народнохозяйственный комплекс, с общей численностью порядка 300 тысяч человек, тесно взаимодействующей с основными бюджетообразующими отраслями — топливно-энергетическим комплексом, военно-промышленным комплексом, машиностроением, металлургией. На долю льняных тканей приходится всего около 6 % общего объема производства тканей. Однако эти ткани являются конкурентоспособными и также имеют большое народнохозяйственное значение благодаря ценным потребительским свойствам. Так, уникальны их гигиенические свойства, обеспечивающие комфорт и сохранение здоровья человека. Благодаря высоким эстетическим свойствам и износостойкости они незаменимы для многих видов изделий бытового и технического назначения. Благодаря хорошей теплопроводности они незаменимы для пошива летней одежды, платьев, сорочек, блузок и других изделий.

Важно отметить и тот факт, что при большом росте смесовых хлопчатобумажных, льняных тканей и широком использовании синтетических волокон, их потребительские свойства, которые немаловажны для потребителей,

недостаточно изучены. Поэтому в данной работе приводится исследование (с последующим сравнением) эксплуатационных характеристик трех образцов ткани, различных производителей. Производители, в ходе анализа, были отобраны, как наиболее востребованные на внутреннем рынке РФ, а именно:

1 образец — хлопчатобумажная ткань — (100 % х/б) производитель РФ, ООО торгово — производственная компания «Лавртекс», город Иваново;

2 образец — «коттон стрейч» — (50 % х/б, 40 % полиэстер, 10 % лайкра), производитель Франция;

3 образец — «коттон стрейч» — (80 % х/б, 20 % полиэстер), производитель Индонезия;

4 образец — чисто льняная, 100 % лен, производитель Беларусь, г. Орша, «Орлянский льнокомбинат»;

5 образец — полульняная (50 % лён, 50 % хлопок), производитель г. Орша, «Орлянский льнокомбинат»;

6 образец — смешанная ткань (лён 19 %, хлопок 44 %, вискоза 37 %), производитель г. Оренбург, «Уральский шелк», (таблица 1).

Была произведена оценка тканей по физико-механическим показателям, в соответствии с ГОСТ 161–86: 1) по ширине ткани, см; 2) по числу нитей на 10 см, %; 3) по поверхностной плотности, %; 4) по разрывной нагрузке, Н; 5) произведен анализ по наличию пороков внешнего вида. По результатам сделаны выводы о соответствии сорта текстильных полотен сорту, заявленному на товарном ярлыке.

В ходе анализа были получены следующие результаты:

1. Поверхностная плотность тканей:

1 образец — 127,7 г/м²; 2 образец — 230 г/м²; 3 образец — 121,7 г/м²; 4 образец-126 г/м²; 5 образец-204 г/м²; 6 образец-149 г/м².

2. Линейная плотность нитей

1 образец — по основе-19 текс, по утку — 18,9 текс;

2 образец — по основе — 39,2 текс, по утку — 37,04 текс;

3 образец — по основе — 39,6 текс, по утку — 39,2 текс;

Таблица 1

Исследуемые образцы

№ образца	Волокнистый состав	Вид образца	Производитель
1 образец	хлопчатобумажная ткань — (100 % х/б)		РФ, ООО торгово-производственная компания «Лавртекс», город Иваново
2 образец	«коттон стрейч» — (50 % х/б, 40 % полиэстер, 10 % лайкра)		Франция
3 образец	«коттон стрейч» — (80 % х/б, 20 % полиэстер)		Индонезия
4 образец	чисто льняная, (100 % лен)		Беларусь, г. Орша, «Орлянский льнокомбинат»;
5 образец	полульняная (50 % лён, 50 % хлопок)		Беларусь, г. Орша, «Орлянский льнокомбинат»;
6 образец	смешанная ткань (лён 19 %, хлопок 44 %, вискоза 37 %)		г. Оренбург, «Уральский шелк»

4 образец — по основе — 67,5 текс, по утку — 49,3 текс;

5 образец — по основе — 46,7 текс, по утку — 46,1 текс;

6 образец — по основе — 49,6 текс, по утку — 20,1 текс.

3. Поверхностное заполнение:

1 образец — 55,7 %; 2 образец — 95,2 %; 3 образец — 85,07 %; 4 образец — 84,5 %; 5 образец — 77,4 %; 6 образец — 61,3 %.

4. Разрывная нагрузка:

1 образец — по основе-67,7Н, по утку-48,2Н;

2 образец — по основе-103Н, по утку-53,7Н;

3 образец — по основе-154,7Н, по утку-53Н;

4 образец — по основе — 72,3Н, по утку — 72Н;

5 образец — по основе — 69,3 по утку — 75,8Н;

6 образец — по основе — 57Н, по утку — 96,75Н.

5. Переплетение тканей, вид печати:

1 образец — полотняное переплетение, прямая печать рисунка;

2 образец — поперечное (сатиновое) переплетение, вытравная печать;

3 образец — полотняное переплетение, без печати;

4 образец — полотняное переплетение, гладкокрашенная печать;

5 образец — полотняное переплетение, гладкокрашенная печать;

6 образец — полотняное переплетение, гладкокрашенная печать.

По ГОСТ 161–86: 1) дефектов не обнаружено; 2) образцы соответствуют первому сорту, заявленному на ярлыках исследуемых образцов.

Поскольку полотна приведенных составов используются для изготовления изделий плательной группы,

Таблица 2

Жесткость тканей

№ образца	По основе, г*мм/°С	По утку, г*мм/°С
1 образец	0,065	0,043
2 образец	0,051	0,051
3 образец	0,123	0,029
4 образец	0,079	0,065
5 образец	0,058	0,047
6 образец	0,048	0,045

с эстетической точки зрения важными являются показатели жесткости и драпируемости.

Жесткость тканей по основе больше, чем по утку, это подтверждает прочностные характеристики главной нити.

Драпируемость тканей:

Драпируемость — способность текстильных материалов в подвешенном состоянии под действием собственного веса принимать пространственную форму и образовывать мягкие, подвижные складки. Драпируемость зависит от жесткости материала на изгиб и его веса: чем выше жесткость, тем хуже драпируемость и чем больше вес, тем драпируемость лучше.

Результаты: **1 образец** — 70,4 %; **2 образец** — 75,3 %; **3 образец** — 76 %; **4 образец** — 76 %; **5 образец** — 75 %; **6 образец** — 74 %.

По данным ЦНИИШПА, драпируемость различных тканей, определенная аналитическим методом, полученные значения соответствуют хорошей драпируемости платьевых хлопчатобумажных и льняных тканей (исследуемых образцов).

Далее в ходе исследований была произведена оценка важнейших характеристик гигроскопических свойств в соответствии с ГОСТ 3816–81: водопоглощение и капиллярность.

Водопоглощение образцов составило:

1 образец — 43,2 %; **2 образец** — 124,2 %; **3 образец** — 10,5 %; **4 образец** — 28,9 %; **5 образец** — 112,8 %; **6 образец** — 29,09 %.

Данные капиллярности приведены в таблице 3.

Вывод: на данном этапе исследования, по показателям прочности и гигроскопичности наилучшие зна-

Таблица 3

Результаты определения капиллярности ткани

Вид испытуемой ткани	Высота подъема смачивающей жидкости h, мм, за время t, мин										
	0,5	1	2	3	5	10	15	20	30	45	60
1 образец	40	47	50	51	52	57	58	60	62	69	70
2 образец	45	52	57	60	65	77	80	84	90	98	101
3 образец	31	35	45	48	50	51	53	57	57	71	71
4 образец	22	26	28	29	30	30	31	32	35	37	38
5 образец	30	38	47	50	55	60	66	68	73	78	82
6 образец	12	13	20	22	23	23	25	26	27	29	30

чения были зафиксированы у образца №2 с составом — «коттон стрейч» — (50 % х/б, 40 % полиэстер, 10 % лайкра), производитель Франция, и у образца №4 — полуньяная (50 % лён, 50 % хлопок); (показатели других образцов можно сопоставить), что можно связать с высоким значением поверхностной плотности данных полотен. Однако характеристики всех образцов являются

удовлетворительными и их все можно рекомендовать для изготовления одежды платьевых ассортимента. В рамках продолжения предполагается изучение воздействия светопогоды, воздействия стирки, глажения и другим физико-химических воздействий, а также влиянии термовлажностной обработки на эксплуатационные свойства исследуемых образцов.

Литература:

1. Друкер, П. «Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы». — М.: «Издательство БЕК», 2001. — 378 с.
2. Карпов, В. Н. «Выбор целевого рынка» // Маркетинг, 2004, №3. — с. 12–14.

18. ТУРИЗМ

Диверсификация экономики моногородов за счет развития промышленного туризма

Клейменова Екатерина Олеговна, студент;
Чулакова Анастасия Олеговна, студент
Нижевартовский государственный университет

В статье рассматривается проблема привлекательности монопрофильных городов, возникшая в результате резкого падения спроса на товары российского производства. Бесспорно, в условиях современной экономической нестабильности, моноотраслевые города нуждаются в создании индивидуального имиджа, реализации собственного потенциала. Для решения данной проблемы была создана экономическая модель «Диверсификация экономики моногородов за счет развития промышленного туризма», поддерживающая уже существующую промышленную ориентацию. Модель макетирует устройство новых экономических отношений между промышленными предприятиями и туристскими организациями. В статье говорится о том, что теперь предприятия смогут осуществлять не только производственную деятельность, но и туристско-экскурсионную, принимая непосредственное участие в развитии туризма монопрофильных городов.

Несмотря на мнимую стабильность европейской экономики, говорить о полном отсутствии кризисных процессов рано. По словам ведущих политических деятелей, «стабилизационный механизм Европы» исправно работает, но последствия затяжного финансово-экономического кризиса окончательно не будут устранены еще длительное время. Без сомнения, экономика России зависит от европейских рынков. На сегодняшний день, Россия находится на стадии спада производственных нормативов. Весьма показательно, что в связи с недавно введенными экономическими санкциями, в депрессивном состоянии прибывает большинство отраслей, напрямую связанных с экспортным производством. В результате резкого ухудшения спроса на основные товары российского экспорта обострилась проблема привлекательности монопрофильных городов, занимающих более 30 % территории России, где промышленная деятельность градообразующих предприятий чаще всего направлена на экспорт. Моноотраслевые города, или как еще их называют моногорода — это неотъемлемая часть российской экономики, исторически пришедшая еще с эпохи индустриализации. Их природа обусловлена большим количеством неузаченных районов, освоение которых в дальнейшем и привело к строительству крупной сети монофункциональных городов.

В настоящее время не существует общепризнанного понятия моногород. В советской практике данному термину близко значение «город-завод», что предполагает прямую зависимость городского населения от деятельности крупного промышленного предприятия, влияющего на основные стороны жизнедеятельности города. Из вы-

шесказанного можно сделать вывод, что моногород — это населенный пункт, социально-экономическая деятельность которого тесно связана с градообразующим предприятием, где трудоустроена основная часть работающего населения, в связи с чем оно оказывает влияние на занятость, воздействует на инфраструктуру и социально-экономическое состояние населенного пункта. [1, с. 54]

Выделяется множество видов монофункциональных городов, среди которых: города легкой промышленности, черной и цветной металлургии, машиностроения, химической, нефтегазовой, угольной, пищевой промышленности и т. д. В России сформирован актуальный перечень моногородов по состоянию на 26 июля 2014 года. Из данного списка были исключены все моногорода Ханты-Мансийского автономного округа-Югры, в том числе и Нижневартовск, чья экономическая структура до сих пор является монофункциональной.

Наша концепция предлагает создание экономической модели «Диверсификация экономики моногородов за счет развития промышленного туризма», а также рассмотрение промышленного туризма как инновационного направления в экономике города. Основу экономики города Нижневартовска формируют два направления: нефтегазодобывающая промышленность, предприятия которой входят в состав крупнейшей нефтегазовой корпорации «Роснефть» и деятельность, направленная на удовлетворение нужд населения. Данная сфера представлена предприятиями материально-технического снабжения, пищевой промышленности, строительными компаниями, транспортными организациями и т. д. В городе созданы комфортные условия для ведения малого бизнеса. Ниж-

невартовск занимает лидирующие позиции в рейтинге крупнейших промышленных центров России.

Несмотря на то, что город является промышленно ориентированным, Администрация делает ставку на развитие далеко непромышленной сферы — сферы туризма. Безусловно, эти несовместимые отрасли всегда мешали друг другу, но стремительность меняющегося мира доказывает, что положительный эффект надо искать как раз таки в совмещении несовместимого. Статистика показывает, что туристы редко выбирают Югру, а соответственно и Нижневартовск, в качестве объекта интереса. Чаще всего главной целью визитов является бизнес. На протяжении 5 лет власти округа, сотрудничая с муниципалитетами, ведут «сдержанную» политику в области развития туризма и к сожалению, ситуация на рынке туристских услуг остается на прежнем уровне. За территорией Нижневартовска закреплены такие виды туризма, как: событийный, этнографический и самодетельный. Считается, что именно эти направления наиболее полно могут удовлетворить потребности туристов, но мы убеждены, если Нижневартовск — промышленный город, значит, и туризм должен быть специфическим — промышленным.

Промышленный туризм — это поездки на действующее или недействующее производство, сооружения промышленного назначения с целью исследования территории производства, изучения технологии создания той или иной продукции, ознакомление с историей промышленных предприятий. В России данный вид туризма получил свое распространение сравнительно недавно и в большей степени развит в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, а также в Ленинградской, Брянской, Смоленской, Тверской, Оренбургской и Ростовской областях.

В первую очередь, для формирования спроса на промышленные туры необходимо оценить заинтересованность потенциальных туристов в развитии данного направления. С этой целью был проведен опрос среди клиентов трех крупных туристских фирм города (Туристско-транспортная корпорация «Спутник», туристское агентство «Пегас Туристик» и туристское агентство «Натали-Турс») в мае 2014 года. Данные организации имеют значительный опыт работы на рынке туристских услуг города, обладают большой клиентской базой, что без сомнения говорит о достоверности, полноте и точности полученных результатов. В опросе приняли участие 4 целевые группы («Молодежь», «Работающее население среднего возраста», «Лица третьего возраста», «Бизнесмены») в количестве 400 респондентов в возрасте от 14 до 60 лет. Участникам опроса было предложено ответить на несколько вопросов. Варианты ответов основывались на принадлежности человека к определенной социальной и национально-этнической группе; его культурной направленности; условиях и образе жизни, интересах, а также на предшествующем рекреационном опыте. 300 человек захотели посетить промышленное предприятие с туристскими целями, 250 ответили, что готовы по-

участвовать в процессе производства, а 165 человек изъявили желание приобрести промышленный сувенир. По результатам видно, что промышленный туризм в городе Нижневартовске имеет большие перспективы для развития. Поскольку условия туристского выбора совпадают практически у всех целевых групп, можно сделать вывод о том, что данный вид туризма будет востребован среди различных категорий путешественников.

Изучив более подробно вопрос организации промышленных туров необходимо сказать, что на территории города Нижневартовска существует достаточно обширная база производственных объектов показа, более 50. Большая часть промышленных предприятий — режимная, следовательно, для осуществления промышленных туров следует оформить ряд важных разрешительных документов, согласованных с руководством организаций.

На заключительном этапе исследования была создана экономическая модель «Диверсификация экономики моногородов за счет развития промышленного туризма», макетирующая устройство новых экономических отношений. Модель включает в себя 3 субъекта: промышленное предприятие, туристскую организацию и собственно самих туристов. Взаимодействие между ними строится на основе взаимного договора. Важно, что теперь предприятия осуществляют не только производственную деятельность, но и туристско-экскурсионную, что ни в коей мере не повредит производственному процессу. Модель предполагает прямое участие промышленных предприятий в развитии туризма города.

Субъекты экономической модели, осуществляющие туристско-экскурсионную деятельность, обладают рядом функций, без выполнения которых реализация промышленных туров будет невозможна. На долю промышленных предприятий возложена одна из самых важных — охранительная (защитная), куда входит: обеспечение безопасности туристов на производстве; оснащение туристов защитной спецодеждой, либо снаряжением; проведение экскурсий опытным гидом-экскурсоводом. Не менее значимой является презентационная функция, которая включает в себя: изготовление сувенирной продукции для туристов. У туристской организации также имеется ряд существенных обязанностей. Первостепенная задача — формирование и продвижение промышленных туров, посредством которой осуществляется организационная функция. Завершает классификационный ряд информационно-просветительская функция, отвечающая за распространение рекламы и информации о промышленных турах.

Для реализации туров производственным предприятиям и туристским фирмам следует провести ряд организационных мероприятий. В свою очередь, предприятиям необходимо: приобрести дополнительные комплекты защитной одежды и снаряжения; подготовить объекты к показу (уборка помещений, мелкие ремонтные работы, проверка систем безопасности и т.д); подготовить специалиста-гида (технолог, либо привлечение активных, уже

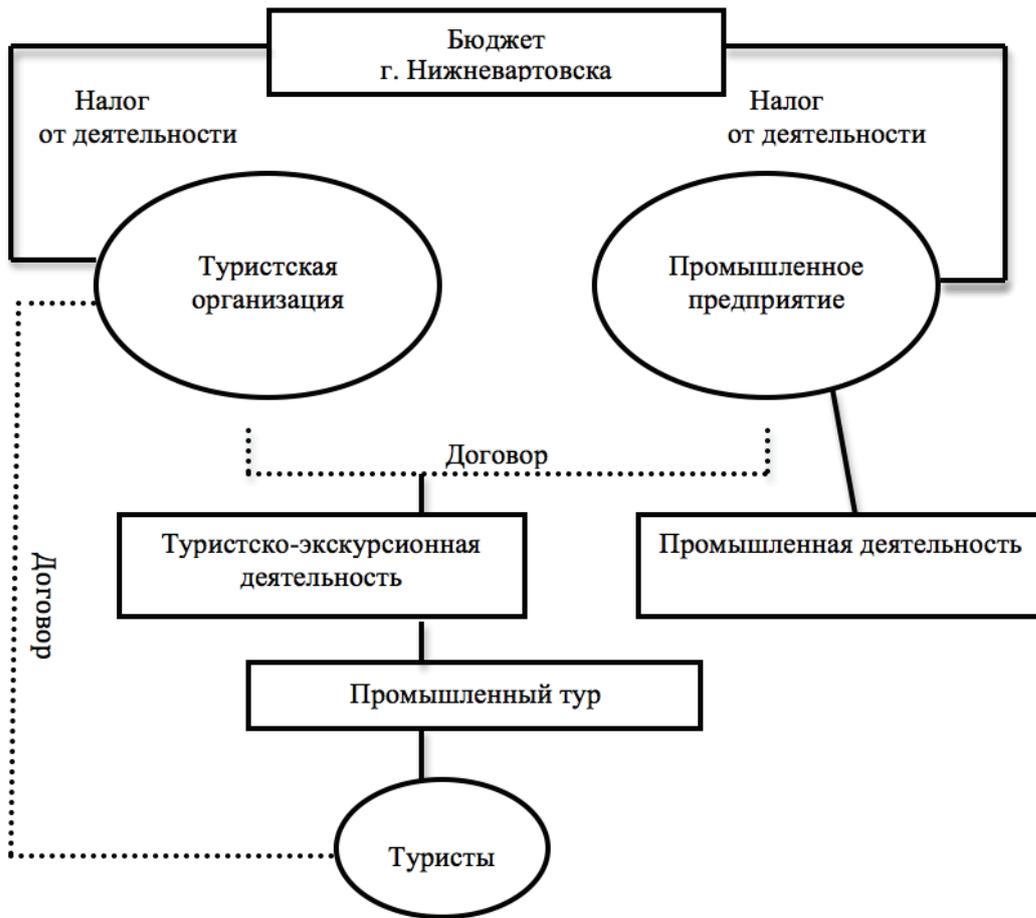


Рис. 1. Экономическая модель «Диверсификация экономики моногородов за счет развития промышленного туризма»

отработавших на предприятии пенсионеров). Туристским организациям необходимо: организовать выпуск сувенирной продукции с символикой предприятия, сформировать и реализовать промышленные туры; обеспечить транспортом туристские группы; провести рекламные компании; подготовить туристскую документацию (заказ пропусков, памятка туриста).

Реализация промышленных туров будет значима для каждого субъекта экономической модели. Предприятие, получающее статус туристского объекта претерпевает значительные качественные изменения. Выходят на новый уровень отношения в трудовом коллективе, большое внимание обращают на чистоту, презентабельный вид оборудования, аккуратность униформы персонала. Как результат, предприятие получает эффективную поддержку собственной продукции. Не лишним будет упомянуть о том, что городской бюджет выигрывает от активизации продаж не только туристских услуг и товаров, но и смежных отраслей. Кроме этого, производственные экскурсии послужат дополнительной нагрузкой к другим туристским объектам города Нижневартовска. [2, с. 1]

В рамках вопроса диверсификации экономики, стоит сказать о том, что даже при сокращении штата сотрудников градообразующего предприятия люди смогут трудоустроиться и применить свои профессиональные знания в сфере промышленного туризма. Перестройка экономики будет затрагивать не только экономическую сферу города, но также социальную и культурную, проявляя как внешнюю, так и внутреннюю рыночную направленность. Развитие промышленного туризма подразумевает высокую экономическую эффективность, легкую схему организации туров, отсутствие больших финансовых вложений, и самое важное — полное отсутствие конкуренции на туристском рынке. В более трудной ситуации будут предприятия, которые уже перестали функционировать. В этом случае необходимо преобразовывать их в музейные комплексы, при помощи организации инвестиционных проектов. Первым шагом в реализации промышленных туров будет объединение региональных и местных властей с городскими историками-краеведами, предпринимателями и соответственно, с туристскими организациями. Также сле-

дует упомянуть о большом интересе в развитии данного направления туризма образовательных учреждений города Нижневартовска, как одного из основных «поставщиков» экскурсионных групп. Помимо доступной экономической эффективности, реализация промышленных туров имеет важное практическое значение в социальной сфере — дополнительные рабочие места, профориентационная работа, а также несет в себе большую культурную ценность — сохранение понятий корпоративной философии, поднятие рабочего духа, рост культуры производства. Среди положительных аспектов также можно выделить: привлечение нового сегмента туристов; даль-

нейшее бурное развитие промышленного предприятия; инновация существующей продукции; подъем производительности на предприятии.

Проведенное исследование объективизирует представление о перспективах альтернативного развития моногородов. Подобное трехстороннее сотрудничество, сознательно формируя имидж территории, будет рентабельно при продвижении региона на рынке. Результаты и выработанные предложения послужат стимулом не только к экономическому росту промышленных монофункциональных городов, но и обеспечат стабильное развитие России.

Литература:

1. Санников, А. В. Рынок труда моногорода: российская модель функционирования / А. В. Санников // Вестник Омского университета. — 2014. — № 1. — с. 53–59.
2. Все о туризме: электронная туристическая библиотека. — URL: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm (дата обращения: 10.10.2014).

Туристская индустрия сибирского региона: SWOT-анализ развития туристского комплекса Иркутской области

Удалых Станислав Кузьмич, кандидат экономических наук, доцент

Евразийский лингвистический институт Московского государственного лингвистического университета (г. Иркутск)

В современных сложнейших санкционированных внешних и ограничительных внутренних условиях функционирования российской экономики и социальной сферы особое значение имеет реализация мер по всемерной экономии всех видов ресурсов. Основу такой стратегии составляет профессиональный всесторонний анализ деятельности как национальной экономики в целом, так и каждой отрасли, отдельного предприятия и производства.

Одним из ведущих методов такого анализа является SWOT-анализ, который в отличие от других подходов позволяет относительно просто и одновременно всесторонне оценить сильные и слабые позиции отрасли и производства, а также выявить внешние и внутренние возможности и угрозы (опасности) для эффективной и устойчивой деятельности. Этот метод применен для анализа развития туристского комплекса Иркутской области — одного из ведущих регионов Сибири.

Иркутская область имеет колоссальный природно-ресурсный и культурно-исторический потенциал, выгодное географическое положение для приема туристов. Изучение состояния туристской индустрии и перспектив ее развития представляются весьма важным. Актуальность проблемы особенно выросла после того, как озеро Байкал в 2013 году стало победителем (вошло в число 10 призеров) Всероссийского конкурса «Россия-10» [2].

Необходимость ускоренного развития туристской отрасли в Иркутской области все чаще высказывается си-

бирскими учеными и специалистами. Требуется предметное изучение региональной туристско-рекреационной базы, основных показателей действующего туристского бизнеса, разработка эффективных туристских проектов и программ. Решение проблемы предполагает научный подход и практическую оценку сильных и слабых сторон туристской индустрии, внешних возможностей движения вперед и реальных угроз спада данной отрасли.

Развитие туризма в Иркутской области началось уже более 50 лет назад, но наиболее активно и массово этот процесс происходил, начиная с 2002 г. За все это время сформировалась определенная туристская инфраструктура, культура обслуживания, кадры, экскурсионные и туристские маршруты и т. д. В основном вся туристская инфраструктура расположена на территориях, прилегающих к озеру Байкал (Иркутский, Слюдянский и Ольхонский районы), а также в городе Иркутске — основном остановочном и одновременно транзитном туристском центре.

На начало 2014 года в Иркутской области зарегистрировано 86 туроператоров и 245 турагентств. На ее территории имеется широкая рекреационная сеть и создана представительная туристская инфраструктура. Материально-технический туристский потенциал области включает следующие основные объекты: 219 гостиниц, 151 ресторан; 46 санаториев и пансионатов с лечением; 165 туристических баз, баз отдыха, домов отдыха; 10 горнолыжных баз; 43 музея; 1 международный выставочный

комплекс; 374 минеральных источников; 8819 объектов культурного наследия; до 90 медицинских учреждений (больницы, поликлиники, медпункты); 6 аэропортов и взлетно-посадочных полос; 20 железнодорожных вокзалов; 32 автовокзала; 20 речных портов и пристаней; 4 вуза по выпуску специалистов по профилю туризма; до 10 крупных деловых центров; до 250 различных фирм массовой информации и рекламы; 4 ведущих провайдера мобильной связи и коммуникаций и др.

В 2013 году Иркутскую область посетило более миллиона туристов, в том числе почти 80 тысяч иностранных туристов. За два года общий поток туристов вырос на 30 %. Больше всего иностранных туристов прибывает в Иркутскую область из Китая, Германии, Монголии, Японии, Кореи, Франции, США. Туристы преследуют самые разные цели — культурно-познавательные, лечебно-оздоровительные, частные, с целью обучения. Также в 2013 году около 150 тысяч жителей региона выезжали в Китай, Таиланд, Турцию, Монголию, Корею и другие страны [1].

Сильные стороны туркомплекса Иркутской области — реальные явления, мероприятия, события и ситуации, которые способствуют росту туристского потока и повышению эффективности туристского бизнеса.

Слабые стороны — реальные явления, мероприятия, события и ситуации, которые уменьшают число туристов и влияют на снижение эффективности туристской индустрии;

Возможности — потенциальные и предстоящие, как правило, внешние явления, мероприятия, события и ситуации, которые могут реально содействовать увеличению туристского потока и повышению эффективности туристского бизнеса;

Угрозы и опасности — потенциальные и предстоящие, как правило, внешние, явления, мероприятия, события и ситуации, которые реально могут с определенной вероятностью снижать поток туристов и эффективность турбизнеса.

Сильные стороны:

- наличие озера Байкал и других разнообразных уникальных туристско-рекреационных ресурсов (в т. ч. био- и водные ресурсы, лечебные источники), большого числа объектов культуры (театры, музеи, галереи, библиотеки и пр.), многообразных архитектурно-исторических объектов;

- относительно широкая сеть профессиональных фирм-туроператоров и турагентств;

- относительно развитая сеть гостиничного хозяйства и наличие большого числа мест для размещения туристов и гостей области;

- широкое развитие авиаперевозок (сеть авиамаршрутов) в г. Иркутск и из г. Иркутска;

- административная поддержка турбизнеса региональной властью;

- функционирование регулирующей организационной структуры в форме Иркутского агентства по туризму;

- существование делового профессионального сообщества в виде Сибирской Байкальской ассоциации туризма;

- финансовая поддержка со стороны муниципальных органов власти ведущих городов и районов Иркутской области по программам поддержки малого бизнеса;

- организация международных туристских выставок «Байкалтур»;

- доброжелательное отношение к туристам населения городов и районов Иркутской области;

- целенаправленная подготовка специалистов по туризму в нескольких высших и средних учебных заведениях.

Слабые стороны:

- неблагоприятные естественные природные условия для длительного отдыха и туризма (высокая сейсмичность территории; низкие температуры воздуха в осенний, зимний и весенний периоды года; низкие температуры воды в летний период основных водных ресурсов; короткий период летнего туристского срока);

- существенные выбросы промышленными предприятиями вредных отходов в воздух, сливы загрязненных вод на землю и в водоемы;

- отсутствие единого представления о г. Иркутске, что он является «Воротами Байкала»; неудобное зонирование для развития туризма и недостаточно развитая инфраструктура г. Иркутска, т. е. самих «Ворот Байкала»;

- превышение числа выездов из России против числа въезжающих в Россию;

- отсутствие четкой стратегии и концепции развития туристской индустрии в Иркутской области на длительную перспективу;

- отсутствие единого центра информации о возможностях и предложениях туристского бизнеса Иркутской области;

- высокие транспортные (авиационные) тарифы на перевозку туристов;

- большие затраты на круизные путешествия по озеру Байкал и водохранилищам региона;

- неразвитая система туристских сплавов по основным рекам и зимних видов туризма;

- ориентир на туристов с высоким уровнем доходов; высокие расценки на проживание в гостиницах, отелях, турбазах и других местах размещения туристов;

- невысокий уровень сервисного обслуживания туристов и культуры местного населения в ряде городов и районов;

- отсутствие в городе Иркутске большого конференц-зала (до 2 тыс. мест) для проведения форумов, симпозиумов, концертов и т. д.;

- некачественная подготовка специалистов по туризму в высших и средних учебных заведениях области;

- отсутствие окончательного проекта и затяжные сроки строительства объектов особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Ворота Байкала» (ОЭЗ ТРТ);

- малая привлекательность ОЭЗ ТРТ и пока небольшое число резидентов этой зоны;

- относительно дорогая аренда и дорогое офисное оборудование для турфирм;
- относительно дорогое и некачественное российское спортивное и туристское снаряжение;
- высокие налоговые ставки на малые организации турбизнеса;
- некоторое снижение потока туристов в Иркутскую область в связи с событиями на Украине и возникшими политическими и экономическими последствиями в мире.
- Возможности:
 - развитие различных видов туризма (экскурсионный, деловой, горнолыжный, круизный, архитектурный, археологический, лечебно-оздоровительный, деревенский и др.);
 - эффективная реализация долгосрочной программы развития туризма в Иркутской области на период до 2016 года;
 - наличие специального Постановления РФ о создании ОЭЗ ТРТ «Ворота Байкала» и реализация мер по ускоренному строительству этой зоны;
 - система презентации потенциала туристической индустрии вследствие участия иркутских турфирм в национальных и международных туристских выставках (Китай, Япония, Турция, Франция, Италия и др.);
 - широкая сеть рекламно-информационных агентств и их поддержка турбизнеса в городах и районах Иркутской области;
 - рост денежных доходов и повышение жизненного уровня населения Иркутской области;
 - активная деятельность ряда известных и авторитетных общественных организаций по охране природы и культурно-исторических памятников Иркутской области;
 - проведение научно-исследовательских работ по развитию туризма в институтах Иркутского научного центра Сибирского отделения РАН, в нескольких высших и средних учебных заведениях;
 - информация специалистов и общественности о состоянии и охране окружающей среды региона (ежегодный отчет Министерства природных ресурсов и экологии Иркутской области);

Литература:

1. Агентство по туризму Иркутской области. [Электронный ресурс]: <http://tour.irkobl.ru>
2. Информационный портал Министерства культуры РФ «Национальный календарь событий». [Электронный ресурс]: <http://календарьсобытий.рф>

- осуществление инвестиций стран Азиатско-Тихоокеанского региона в развитие туристского бизнеса региона;
- создание игровой зоны в одном из мест ОЭЗ ТРТ «Ворота Байкала».

Угрозы и опасности:

- длительные сроки и отсутствие реальных проектов утилизации отходов Байкальского целлюлозно-бумажного комбината — БЦБК (г. Байкальск);
- не выполнение имеющихся планов рекультивации земель и уборки отходов БЦБК;
- усиление политической нестабильности в ряде стран мира (в т. ч. в Египте, Турции, Украине и других государствах);
- усиление противостояния России, Европейского Союза и США по Украине;
- планируемое строительство гидроэлектростанции в Монголии на р.Селенге — главном притоке Байкала, в результате возможное опасное понижение водного уровня этого озера и ухудшение экологической обстановки Байкальской территории;
- сворачивание Программы перспективного социально-экономического развития Иркутской области на период до 2020 года;
- замедление темпов и не выполнение планов создания объектов ОЭЗ ТРТ «Ворота Байкала»;
- возможный рост налогов на малый и средний турбизнес;
- повышение цен и тарифов на транспортные, гостиничные, экскурсионные, бытовые и другие инфраструктурные услуги;
- вероятность банкротства и сворачивания деятельности туристских фирм и объектов инфраструктуры туристского рынка.

На основе вышеприведенной схемы SWOT-анализа может быть проведено комплексное детальное исследование современного состояния и перспективного развития туристской индустрии. Данные разработки рекомендуется использовать при составлении Концепции и Стратегии совершенствования туристской деятельности в сибирских регионах России.

Повышение конкурентоспособности гостиничных предприятий Самары на основе стратегического подхода

Фадина Наталья Валерьевна, старший преподаватель;
Байкова Ольга Анатольевна, старший преподаватель
Самарский институт – Высшая школа приватизации и предпринимательства

Индустрия гостеприимства в последние годы сталкивается с постоянно растущим уровнем конкуренции между туристскими центрами как внутри своего региона, так и за его пределами. В этих условиях решение задачи обеспечения собственной конкурентоспособности, позволяющей удовлетворять спрос на высококачественные гостиничные услуги, становится главным конкурентным преимуществом предприятий гостиничного хозяйства.

На конкурентоспособность гостиницы оказывает влияние множество факторов, которые определяют способность данного хозяйствующего субъекта действовать в текущих финансово-экономических и политических условиях, с учетом специфики деятельности по оказанию гостиничных услуг, в том числе стратегические [3, с. 140].

Развитие гостиничного бизнеса в субъектах РФ по своему содержанию сильно различается, и это различие обусловлено особенностями каждого региона, его производственной структурой и специализацией, географическим положением, культурой и т. д. [4, с. 95].

В Самаре на сегодняшний день функционирует более 150 гостиниц и отелей, совокупный номерной фонд которых составляет 3874 гостиничных номера. Из них всего три объекта управляются международными гостиничными операторами: Renaissance Samara (Marriott), Holiday Inn Samara (InterContinental Hotels Group) и Ibis (AccorGroup). В основном рынок гостиничных услуг города формируется объектами малого формата (предлагающими менее 30 номеров), причем значительная его часть — с «советским прошлым» и неклассифицируемого качества [2, с. 12].

Туристская отрасль и рынок гостиничных услуг Самары не является конкурентоспособным. Об этом свидетельствует крайне низкая доля услуг в этой сфере — на сегодняшний момент в Самаре только 1,4 % от общего объема услуг занимает гостиничный бизнес, чуть более 1 % населения занято в этой сфере [1].

Также сравнительно высоки цены на проживание в местных гостиницах. Сейчас средняя стоимость проживания в стандартном одноместном номере гостиниц «Холлидей Инн Самара» и «Ренессанс Отель Самара» составляет 7–8 тыс. руб. в сутки, а гостиниц уровня «3 звезды», таких как «Октябрьская», «Россия», «Бристоль — Жигули», «Азимут Отель Самара», 3–5 тыс. руб. в сутки. Проживание в мини-гостинице обойдется в более демократичную сумму — примерно в 2–3 тыс. руб. Для сравнения: проживание в отеле уровня «3 звезды» в Турции или Египте обходится отдыхающим гораздо дешевле, чем

в отеле более низкого уровня в Самаре — 1500–2000 руб./сутки против 3500–4000 тыс. руб./сутки. Такая высокая стоимость обуславливается недостаточной загруженностью номерного фонда. По данным самарских отельеров, среднегодовая загрузка номерного фонда не превышает 50 %, что, в общем-то, является нормой для регионального рынка, но не достаточно для Самарской области, имеющей большой потенциал для развития туристской отрасли.

По оценкам департамента туризма Самарской области, для развития гостиничного бизнеса в городе потребуется примерно 10 млрд. рублей [1]. Но инвестиционная бумага в данной сфере пока не наблюдается.

Одним из самых серьезных ограничительных факторов в гостиничном бизнесе Самары является низкий уровень развития гостиничного хозяйства, это касается, в первую очередь, уровня сервиса, соотношение цены и качества предоставляемых услуг, культуры обслуживания. Все это соответственно снижает конкурентоспособность гостиничного рынка Самарского региона, и туристы выбирают другие маршруты.

В сложившихся условиях многие отельеры задумались над усилением своих позиций на самарском рынке.

Для того чтобы успешно функционировать сегодня и в долгосрочной перспективе руководство гостиничных предприятий должно уметь выявлять и прогнозировать то, какие трудности возникают и могут возникнуть на их пути в будущем, и то, какие новые возможности могут открыться для организации.

В условиях неопределенности внешнего окружения эффективности достигают лишь те предприятия, которые способны создавать и реализовывать на соответствующем организационном уровне долговременные стратегии для сохранения конкурентоспособности на рынке.

Для оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработки конкурентной стратегии в выбранном сегменте необходимо использовать классическую модель SWOT-анализа.

Проведенный анализ гостиничных предприятий, функционирующих на территории Самары, позволил выделить следующие основные факторы, которые целесообразно учитывать в SWOT-анализе (таблица 1).

Предварительно рассмотрев сильные и слабые стороны, составляется матрица SWOT, представленная в таблице 2.

Обзор и оценка состояния гостиничного рынка Самары, а также данные SWOT-анализа позволяют четко

Таблица 1

Факторы, учитываемые в SWOT-анализе гостиничного предприятия

Потенциальные внутренние сильные стороны	Потенциальные внутренние слабые стороны
<p>Многолетний опыт работ в гостиничном бизнесе. Вместимость номерного фонда. Наличие отдела продаж и маркетинга. Возможность работы в нескольких сегментах рынка. Наличие постоянных корпоративных посетителей и партнеров. Гибкая ценовая политика с учетом категории номеров. Удобное месторасположение. Реконструкция и обновление основных производственных фондов. Наличие собственного производства и предприятий общественного питания. Наличие WEB-сайта, реклама в Интернете.</p>	<p>Отсутствие анализа информации о некорпоративных потребителях, партнерах, конкурентах. Финансовые проблемы в привлечении квалифицированных кадров. Пассивная роль маркетинга, слабая политика продвижения гостиничных услуг. Отсутствие анализа степени влияния используемой рекламы на покупателей. Потеря некоторых аспектов компетентности управленческого и исполнительского персонала в связи с обслуживанием постоянных клиентов. Низкая скорость принятия решений. Слабая экономическая эффективность деятельности. Высокая степень изношенности основных производственных фондов. Отсутствие оборудованной территории. Отсутствие нормативного подтверждения соответствия классификации гостиницы определенному уровню. Отсутствие электронной системы бронирования и резервирования номеров и гостиничных услуг с использованием WEB-сайта.</p>
Потенциальные внешние возможности	Потенциальные внешние угрозы
<p>Выход на новые сегменты рынка. Возможность обслуживания дополнительных групп потребителей. Развитие сервисных технологий и повышение качества обслуживания. Возможность установления более эффективной связи с потребителями. Маркетинговые исследования рынка. Повышение квалификации обслуживающего персонала, внедрение программ стимулирования сотрудников.</p>	<p>Снижение барьеров входа на рынок — появление новых конкурентов. Динамичное изменение платежеспособности и вкусов потребителей гостиничных услуг. Ожесточение конкуренции с динамичным развитием рынка. Финансово-экономический кризис. Снижение внешнего финансирования. Чувствительность к нестабильности внешних условий бизнеса.</p>

Таблица 2

Матрица SWOT гостиничного предприятия

Поле «СИБ» (возможности и сила)	Поле «СИУ» (угрозы и сила)
1. Выход на новые сегменты рынка — увеличение емкости гостиничных услуг, снижение цен, многолетний опыт работы в гостиничном бизнесе, доверие клиентов.	1. Отсутствие эффективного менеджмента — возможности обучения персонала и повышения квалификации.
2. Обслуживание дополнительных групп потребителей — туристских групп, совершенствование сервиса, дополнительных и сопутствующих услуг, гибкая ценовая политика, реконструкция и обновление производственных фондов, наличие производства и комплекса предприятий общественного питания.	2. Динамичное изменение вкусов и потребностей клиентов. Ожесточение конкуренции — формирующийся спрос на гостиничные услуги с учетом темпов и возможностей строительства новых гостиниц. Развитие в Самаре культурного и бизнес-туризма. Широкие возможности для приёма массовых туристских групп.

3. Привлечение инвестиций корпоративных партнеров для развития гостиничного хозяйства, сервисных технологий и качества обслуживания. Развитие долгосрочного сотрудничества с туристскими предприятиями — поставщиками туристов.	3. Изношенность производственных фондов, несоответствие современным требованиям строительства. Не достаточно емкий сайт. Стремление и возможности обновлять материально-техническую базу, совершенствовать сервис, наиболее эффективная реклама в отрасли посредством сети Интернет.
Поле «СЛВ» (слабость и возможности)	Поле «СЛУ» (угроза и слабости)
1. Отсутствие анализа о потребителях, партнерах, конкурентах — проведение маркетинговых исследований по изучению спроса.	1. Выход на рынок новых конкурентов — отсутствие анализа информации о некорпоративных потребителях, партнерах, конкурентах. Потеря некоторых аспектов компетентности управленческого и исполнительского персонала, низкая скорость принятия решений.
2. Проблема в привлечении квалифицированных кадров — повышение квалификации персонала, внедрение программ стимулирования сотрудников.	2. Финансово-экономический кризис — недостаточная финансовая устойчивость. Слабая экономическая эффективность деятельности.
3. Несоответствие цены и качества гостиничных услуг — проведение оценки и аттестация гостиницы на «звездность». Формирование системы контроля качества обслуживания в гостинице.	3. Динамичное изменение вкусов потребителей гостиничных услуг — пассивная роль маркетинга, слабая политика продвижения гостиничных услуг. Отсутствие анализа степени влияния используемой рекламы на покупателей.

определить цель разработки конкурентной стратегии гостиничных предприятий.

Выбирая средства реализации конкурентной стратегии руководство самарских гостиниц должно в первую очередь опираться на собственный потенциал роста и развития. В качестве средств реализации выбранных стратегий необходимо использовать не только существующие преимущества в деятельности гостиниц, но и внедрять новые мероприятия:

1. Проведение оценки и аттестация гостиниц на категорию в рамках государственной Системы классификации гостиниц и других средств размещения.

2. Внедрение системы качества, позволяющей обеспечить конкурентоспособность и доходность гостиничного предприятия.

3. Эффективный менеджмент на основе маркетинга, обеспечивающий необходимые условия для производства и реализации продукции и услуг.

4. Обучение персонала как важнейший компонент в мероприятиях по повышению конкурентоспособности гостиницы.

5. Внедрение стратегии инновации.

Данные средства реализации конкурентной стратегии позволят гостиничным предприятиям Самары расширить ассортимент услуг, сформировать спрос на перспективу, разнообразить и адаптировать программы обслуживания целевых клиентов, обеспечить своевременный анализ качества и уровня потребительской удовлетворенности, а значит, обеспечат более качественное обслуживание потребителей по сравнению с конкурентами. Предложенные мероприятия, при условии их соответствующего исполнения, позволят привлечь массовые группы туристов, что, в свою очередь отразится на загрузке номерного фонда и, соответственно, результатах финансово-хозяйственной деятельности гостиничных предприятий.

Литература:

1. Департамент туризма Самарской области [электронный ресурс]: Итоги I Международного форума «Инвестиции в гостеприимство» г. Самара. — Официальный сайт Департамента туризма Самарской области. — Режим доступа: <http://dt.samregion.ru/news>.
2. Лавриненко, А. Гостиничный бизнес в преддверии мундиала-2018/А. Лавриненко//Делец. — 2013. — № 1(7). — с. 12–17.
3. Муллагалиев, А. Р. Особенности конкуренции на рынке гостиничных услуг/А. Р. Муллагалиев//Российское предпринимательство. — 2010. — № 10. — с. 140–145.
4. Рябова, Е. Н. Региональные особенности формирования комплекса услуг в гостиницах Самары/Е. Н. Рябова// Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2009. — № 9 (59). — с. 95–101.

19. ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

К вопросу об адаптации классификации и терминологии областей общей теории логистики для управления перевозками на городском пассажирском транспорте

Федоров Владимир Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент
Государственная полярная академия (г. Санкт-Петербург)

Современное состояние теории транспортной логистики характеризуется тем, что в ее содержании недостаточное внимание уделяется адаптации общих принципов логистики к потребностям пассажирооборота в мегаполисе на основе рационального сочетания параметров пассажиропотока и технико-эксплуатационных параметров перевозчиков логистической системы.

Лавинообразное развитие логистических технологий в России в настоящее время напоминает стремительное формирование новых информационных и терминологических полей в понятийном аппарате логистики, а также в отдельных сферах науки и экономики, непосредственно с ней связанных.

Анализ публикаций, посвященных вопросам логистической концепции управления экономикой, показал, что все они условно могут быть разделены на следующие пять основных групп.

К первой группе можно отнести публикации, раскрывающие общетеоретическое содержание логистики. Авторами таких работ являются Аникин Б. А., Афанасьева Н. В., Гаджинский А. М., Голиков Е. А., Гончаров П. П., Гордон М. П., Новиков О. А., Родионов А. Н., Уваров С. А., Федоров Л. С. и др.

Вторую группу составляют работы, посвященные маркетинговой логистике. Это исследования Голикова Е. А., Ивакина Е. К., Костоглодова Д. Д., Нагловского С. Н., Платонова В. С., Стаханова В. Н., Чернышева М. А. и др.

Третья группа исследователей анализирует внутрипроизводственную логистику. Это направление исследования представлено работами Жданова С. А., Лавровой О. В., Рыжовой О. А., Сердюковой Л. О. и др.

Четвертая группа — это исследования логистики коммерческой сферы (коммерческая логистика), представленные публикациями Залмановой М. Е., Козлова В. К., Неруш Ю. М., Новикова Д. Т., Плоткина Б. К., Семенов А. И., Щербакова В. В.

Пятая группа — это научные работы, посвященные проблемам логистики транспорта (транспортная логистика). Это направление исследования отражено в работах таких авторов, как Бережной В. И., Геронимус Б. А., Домнина С. В., Елизаров А. П., Зотов В. Б.,

Зырянов В. В., Миротин Л. Б., Никифоров В. С., Сергеев В. И., Смехов А. А. и др.

Анализ научных трудов вышеперечисленных авторов пяти указанных групп, свидетельствует о том, что на сегодня в науке не существует общепринятого определения логистики. Это объясняется следующими причинами: во-первых, логистика имеет различные направления, и выделение одного из них существенно изменяет общее содержание самой категории; во-вторых, на объект логистики можно смотреть с разных точек зрения.

На наш взгляд наиболее полным является определением логистики в сфере пассажирских перевозок данное Е. В. Копыловым, который считает, что «логистика в пассажирских перевозках — это управление пассажиропотоками и связанными с ними информационными, финансовыми и сервисными потоками в процессе их перемещения из пункта отправления в пункт назначения при обеспечении оптимальных издержек». [1]

Однако в настоящее время логистика все чаще представляется как наука, охватывающая не только потоки, но и потоковые процессы в принципе. [2] Такое понимание логистики выглядит более логичным, интересным и открывает большие перспективы. Новизна и отличительная черта логистики состоит в том, что она, во-первых, исследует поведение хозяйственных объектов с помощью параметров потоков выполнения их предназначения, а во-вторых, подкрепляет данный анализ инструментами оптимизации. Если это верно, то предметом логистики являются потоки, выделяемые в исследуемых хозяйственных объектах, и их оптимизация. Подчеркнем, что предметом логистики являются не только потоки, но также методы и средства их оптимизации.

Специфика логистики как самостоятельного научного направления раскрывается через базовые принципы проведения логистического анализа, к которым в первую очередь относятся принципы логистичности, системности и системной оптимизации. [2]

Принцип логистичности означает, что изучение объектов следует осуществлять по четырем параметрам: назначение (цель), функции, реализующие цель, потоки, посредством которых выполняются функции, структуры (или, что более адекватно передает существо вопроса —

потокопроводы), ограничивающие и направляющие потоки. Именно благодаря этому принципу в анализ включается ключевая категория логистики — поток.

В соответствии с *принципом системности* сложные объекты описываются как целостное множество элементов, обладающих интегративными свойствами (неаддитивность, эмерджентность, синергетичность и т. д.). Выделение элементов ведется по признаку обособленности (на выбранном уровне анализа) технологии потока, что создает основу для решения задач его оптимизации.

В свою очередь *принцип системной оптимизации* раскрывает методологию решения задач управления сложными объектами через оптимизацию параметров потоков реализации их целевой функции. Причем потоки рассматриваются не только как внутренние компоненты изучаемых объектов, но и как связь между ними и внешней средой. Поэтому реализация этого принципа расширяет рамки изучаемого объекта до мест стыковки его потока с внешними объектами.

Природа потока раскрывается через понятие движение, под которым понимается любое изменение во времени, включая, наряду с изменением пространственного положения, такие его типы, как изменение количественного состава и качественного состояния элементов потока.

Бодриков М. В. предлагает такое понятие как *тип технологии движения*, понимая под ним способ изменения во времени пространственного положения, качественного состояния и/или количественного состава его элементов. Все они могут быть сведены к базовым типам: перемещение, трансформация, изменение запаса и остановка (или простой, задержка).

Перемещение представляет собой движение, в ходе которого изменяется пространственное положение элементов потока. В ходе *трансформации* изменяются качественные (по форме, размерам, свойствам и т. д.) параметры элементов потока.

Остановка выступает тем временным случаем, когда никакого движения элементов потока нет, а продуктом этой технологии выступает ресурс, сохраненный (перемещенный во времени) в прежнем пространственном положении, в неизменном состоянии и количестве.

Потокопровод — вторая неотъемлемая часть логистического объекта (т. е. объекта, исследуемого с помощью логистической модели). Его предназначение вытекает из принципа логистичности, согласно которому потокопровод, направляя и ограничивая потоки, выполняет тем самым функцию управления ими, чем достигается цель реализующего их объекта. Насколько эффективно потокопровод управляет потоками, настолько эффективно поведение объекта.

Следовательно, потокопровод — это целостное множество элементов, упорядоченных таким образом, чтобы обеспечить целенаправленное и упорядоченное движение элементов потока. Элементами потокопровода хозяйственных объектов всегда являются технические средства производства и управления, обслуживающий их персонал,

а также инфраструктура пространства протекания потока (дороги, склады, цеха и т. д.).

Из сказанного следует, что логистический объект представляет собой органическое единство потока и потокопровода, по которому и посредством которого происходит движение первого. Соответственно, *логистическая система* — это целостное множество логистических объектов, реализующих различные типы технологии целевого потока этой системы и сопряженных как логистические звенья в единую логистическую цепь или цепи.

Логистическая система, находясь во взаимосвязи с окружающей средой, должна уметь приспосабливаться к изменяющимся условиям. Речь идет об адаптации логистической системы соответствующего иерархического уровня, т. е. о ее способности обнаруживать, разрабатывать и осуществлять целенаправленное приспособляющееся поведение в сложной среде, что проявляется в таких качествах, как саморегулирование (ответ системы на изменение среды определенной реакцией своих подсистем по адекватной программе); самообучение (способность преобразовывать программы регулирования и способы действия элементов системы); самоорганизация (возможность изменения в случае необходимости своей внутренней структуры); самосовершенствование (способность перестраивать свою структуру). [3]

Логистическая система может допускать относительную изолированность от внешней среды в информационном аспекте (организационное знание, «ноу-хау», коммерческая тайна и т. д.); в материально-энергетическом же аспекте границы ЛС должны быть абсолютно проницаемы (например, установление хозяйственных связей ограничивается лишь действующим законодательством и экономическими интересами самой корпоративной структуры).

Логистическая система характеризуется следующими свойствами: способность взаимодействия с окружающей средой; наличие органа управления; управляемость системы; вариантность поведения; наличие информационных коммуникаций как внутри самой ЛС, так и между системами и средой; наличие контуров обратных связей в каналах информации; целенаправленное поведение системы.

Цель логистической системы городского пассажирского транспорта — доставка пассажиров в заданное место и в нужное время, в необходимом количестве при заданном (в идеале, минимальном) уровне издержек. Наряду с функциональными подсистемами, данная логистическая система включает в себя и обеспечивающие подсистемы (финансовую, информационную, кадровую и др.).

Добиться гармонизации интересов всех участников перевозочного процесса логистической системы довольно сложно. Логистика с ее системным, комплексным подходом к изучаемым материально-информационным потоковым процессам как раз призвана найти пути решения этих проблем. [3]

В практическом плане общетеоретические подходы к выделению общих и специфических свойств логистиче-

ских систем, изложенные в настоящей статье и положенные в основу классификации ЛС, ориентированы на повышение эффективности логистических процессов в многоуровневых экономических системах, позволяют избегать неэффективных решений при структурировании и совершенствовании систем управления в реальном бизнесе.

Особенностями пассажирских перевозок, по мнению И. А. Пластунык, являются:

1) наличие пунктов пересадки с одного вида транспорта на другой и (или) с одного транспортного средства на другое, что требует, во-первых, дополнительного согласования работы всего городского пассажирского транспорта города, и именно здесь наиболее полно проявляется необходимость построения интегральной транспортной системы в области пассажирского транспорта; во-вторых, именно в таких пунктах пассажир наиболее полно может проявить свободу выбора способа дальнейшего перемещения до конечного пункта;

2) выделение скоростей сообщения и эксплуатационной с учетом простоя транспортного средства на промежуточных остановках и в конечных пунктах маршрута необходимо для характеристики временных параметров перемещения пассажира и при определении количества подвижного состава для удовлетворения спроса на перевозки и оказания услуг с заданными параметрами (интервал движения);

3) наличие активного элемента — пассажира — позволяет говорить о таких особенностях пассажиропотока, как саморегулирование, самоорганизация, самообучение и самосовершенствование, которые при наличии адекватной информации о состоянии городского пассажирского транспорта проявляются в свободе выбора варианта перемещения. [4]

Логистика в пассажирских перевозках — это управление пассажиропотоками и связанными с ними информационными, финансовыми и сервисными потоками в процессе их перемещения из пункта отправления в пункт назначения при обеспечении оптимальных издержек. [1]

Доставка «точно в срок» и «от двери до двери» для пассажиров в современном ритме жизни имеет особое значение. Однако, если в логистике грузовых перевозок, речь идет о выборе наиболее рационального маршрута продвижения груза оператором перевозки, то в пассажирских перевозках речь идет о возможности выбора пассажиром вида транспорта в зависимости от расписания движения транспортных средств, общей длительности поездки, стоимости проезда, комплекса дополнительных услуг, предоставляемых по всей цепочке передвижения пассажиропотока.

Логистический подход к управлению пассажирскими перевозками заключается в разработке оптимальных логистических схем, оптимизации использования ресурсов пассажирских транспортных предприятий, сроков транспортировки пассажиров путем создания единой контролируемой системы и логистической цепи доставки пассажиров одним или несколькими видами транспорта. Данный подход должен включать в себя расчет и реализацию транс-

портных расходов, а также согласование всего процесса перевозок между начальными и конечными точками.

Таким образом цель логистики пассажирских перевозок представляет собой разработку нескольких вариантов логистических цепочек перемещения по маршруту, различающихся условиями проезда и стоимостью. Из представленных же на рынке вариантов логистических цепочек каждый пассажир уже сам должен выбирать наиболее подходящую ему схему в зависимости от различных факторов.

Основными факторами, влияющими на выбор пассажиром логистической цепочки передвижения, являются длительность поездки и ее общая стоимость. Поэтому каждая цепочка должна иметь временную и стоимостную характеристику.

В сложившихся условиях наиболее приемлемым путем обеспечения интенсификации транспортного движения является *топологизация* на действующей маршрутной сети объектов логистического управления перевозочными процессами.

Топологизацией логистического управления пассажирской транспортно-логистической системой мегаполиса называют процедуру определения структуры управления рассматриваемой системой, пространственную расстановку, состав и способ действия сгруппированных управляющих и управляемых объектов, а также механизмы их взаимодействия и подключения к линиям связи на линиях маршрутного функционирования. [5]

Структурные объекты, входящие в состав рассматриваемого комплекса логистического управления, связаны между собой мобильной связью. Кодирование входящих и исходящих сигналов позволяет использовать для этого один постоянный канал связи (к примеру, любой номер от сотового оператора). При этом интеллектуальная система логистического управления пассажирским маршрутизированным транспортом имеет в своем составе единый центр логистического управления и многочисленные периферийные устройства, расположенные на обслуживаемой маршрутной сети, информация от которых поступает по линиям связи. Кроме этого, к центру логистического управления подключаются службы, обеспечивающие и регулирующие дорожное движение.

Контур логистического диспетчерского управления включает в себя подсистему телевизионного надзора за движением, подсистему отображения информации о дорожной обстановке и средства непосредственного диспетчерского управления подвижным составом, светофорной сигнализацией и управляемыми знаками на маршрутной сети. Центр информационного обслуживания транспортно-логистического комплекса включает в себя мощные сканирующие и управляющие системы, а также сеть динамических информационных табло, располагаемых в подвижном составе и на контрольных точках логистической маршрутной сети.

Эти системы осуществляют непрерывный автоматический мониторинг транспортных потоков в дорожной сети и на основе собранной информации не только осущест-

влияют автоматическое логистическое управление материальными пассажирско-транспортными потоками, но и обеспечивают участников движения с помощью радиоэлектронной информации о транспортной обстановке и рекомендуемых режимах движения. В условиях устойчивого потокового движения, соответствующего требуемому уровню транспортного обслуживания, система логистического управления обеспечивает гибкость потокового движения в допустимых пределах с помощью заранее разработанных программных средств информационно-логистического управления.

Таким образом, в составе управляющего транспортно-логистического комплекса функционируют три независимых контура управления: автоматического гибкого, резервного и диспетчерского. Наличие в системе нескольких контуров управления, резервирующих друг друга, а также ее контрольно-диагностические функции существенно повышают надежность системы и эффективность транспортно-логистического управления. Используемые в логистическом центре информационного обслуживания программы бывают технологические и служебные. Первые реализуют конкретные алгоритмы управления транспортными потоками, вторые являются неотъемлемой частью средств компьютерной техники и поставляются вместе с этой техникой предприятиями-изготовителями. Они обеспечивают необходимые режимы работы управляющего вычислительного комплекса, его контроль и диагностирование.

Обычно в утренние часы (при поездке на работу, учебу и т. д.) пассажиры преимущественно выбирают цепочку с минимальным временем поездки и средней ее стоимостью а вечером (возвращаясь домой) — со средним временем и минимальной стоимостью.

Исследования показывают, что использование более маневренных видов автотранспорта, таких как маршрутное такси и микроавтобус, на начально-конечных звеньях логистических цепочек до 5 км сокращает время поездки по маршруту на 5–10 мин, но суммарная стоимость билетов на проезд при этом дорожает в среднем на 6 руб. [1]

Качество обслуживания пассажирских перевозок, основанное на логистическом подходе — это удовлетворение потребностей пассажира, выраженное в эффективном предоставлении услуг и постоянном стремлении к повышению уровня обслуживания, соответствие уровня обслуживания стандартам потребителя услуг и его требованиям к качеству обслуживания.

Наиболее значимыми компонентами при оценке качества предоставляемых транспортных услуг могут выступать следующие:

- 1) Среда (комфортные, чистые транспортные средства, внешний вид работников, непосредственно обслуживающих пассажиров);
- 2) Надежность (доставка пассажира точно в срок);
- 3) Ответственность (желание персонала помочь пассажиру, гарантии в доставке пассажира в конечную точку маршрута);

4) Безопасность (отсутствие риска со стороны пассажира);

5) Вежливость (корректность работников транспортного предприятия)

Максимальный учет факторов пассажирского сервиса позволяет сформировать наиболее эффективную концепцию логистического управления пассажирскими перевозками.

Необходимо учитывать и разный уровень доходов населения. Поэтому представленные логистические цепочки должны различаться не только временем и стоимостью проезда, но и качеством и количеством дополнительных услуг, а также общим комфортом поездки.

Понятие комфорта неразрывно связано с понятием сервиса. Сервис на транспорте в пассажирских перевозках — это высококачественное адресное обслуживание пассажиров, включающее обеспечение перевозок, предоставление комплексных услуг и выполнение дополнительных работ.

Если говорить о логистике в сервисном обслуживании пассажиров на транспорте, то пассажир может выбирать логистическую цепочку перемещения, зависящую не от двух факторов «цена — время», а от трех: «цена — время — услуги». При этом понятие «сервис» включает в себя основную, сопутствующую и дополнительную услуги.

Основная услуга — это перевозка пассажиров, перемещение для реализации их потребностей и целей поездки.

Сопутствующими являются услуги, необходимые для того, чтобы использовать основную. Это продажа билетов, их доставка клиенту (домой или на работу), услуги проводников, предоставление постельного белья, кондиционирование воздуха в вагоне и др. К основной услуге на взгляд автора следует также отнести такую форму продажи как электронные билеты, а также электронную карту.

Дополнительными считаются услуги, придающие основной дополнительную выгоду, например предоставление Интернета, обеспечение прессой и журналами, предметами личной гигиены, персональным сейфом, охраной и др.

Иными словами, транспортные компании должны предлагать пассажиру не только перемещение от пункта отправления до пункта назначения, а варианты логистических цепочек перемещения по маршруту «начальный пункт — конечный пункт» и весь спектр услуг, связанных с этим.

При этом, говоря о классе поездки, подразумевается не только тип ТС и весь спектр дополнительных услуг, но и тип подвижного состава других видов транспорта, участвующих в логистической перевозке, а также услуги, оказываемые в этих транспортных средствах и в пунктах пересадок.

Обслуживание пассажира должно начинаться не с момента его посадки в транспортное средство, не с момента прибытия на станцию отправления и даже не с момента приобретения билета, а с момента возникновения желания совершить поездку. Потенциальный пассажир должен быть информирован об услугах пассажирской компании, возможных логистических цепочках

передвижения, классах обслуживания и наборах услуг. В этой связи создание и работа *логистической системы пассажирского общественного транспорта* (ЛС ПОТ) — это неотъемлемая часть эффективного развития транспортных компаний. Началу полноценного функционирования ЛС ПОТ предшествует ряд организационных мероприятий, инженерных и научных проработок, а также технико-экономических обоснований. В их число входят:

- перепланировка существующих вокзалов и строительство новых пересадочных комплексов, а также проектирование соответствующей инфраструктуры и пассажирских устройств;

- создание единого проездного документа на все виды транспорта, обеспечивающие логистическую перевозку (в качестве такого документа может использоваться транспортная карта, которая уже сейчас применяется в метро, на пригородном железнодорожном транспорте и в авиации);

- разработка системы продажи билетов и контроля оплаты проезда;

- разработка системы управления работой транспортных средств, в том числе оперативного руководства;

- создание единой информационной системы для поддержки функционирования ЛС ПОТ;

- создание системы контроля качества предоставляемых пассажирам услуг. [1]

- Основными функциями ЛС ПОТ должны стать:

- сбор и обработка маркетинговой информации, формирование исходных данных, выбор приоритетных направлений, на которых целесообразна организация логистических перевозок;

- разработка вариантов логистических цепочек перемещения пассажиров на транспортной сети России и других стран;

- разработка вариантов транспортного обслуживания пассажиров на каждом звене логистической системы;

- определение вариантов технологии перемещения пассажиров по звеньям логистической цепочки на различных видах транспорта и их технико-экономическая оценка;

- установление иерархии видов транспорта и определение порядка и условий взаимодействия между привлекаемыми видами транспорта на каждой логистической цепочке, а также договорная работа;

- организация документооборота и финансовых взаиморасчетов по логистическим цепочкам перемещения пассажиров;

- определение пропускных и перерабатывающих способностей логистических систем, узких мест на логистических цепочках перемещения пассажиров, разработка мероприятий по повышению пропускной и перерабатывающей способности и их оценка;

- расчет потребного числа транспортных средств и их параметров по каждому звену логистической системы;

- технико-экономическая оценка вариантов перемещения пассажиров по каждой логистической цепочке (по денежным и временным затратам);

- построение интегрированного графика движения видов транспорта, выбранных для обеспечения логистической перевозки;

- определение уровня качества обслуживания для каждого сегмента и разработка перечня сопутствующих и дополнительных услуг;

- организация системы оперативного управления работой транспортных средств всех видов транспорта, обслуживающих отдельную логистическую перевозку;

- информационное обслуживание пассажиров;

- оценка качества сервисного обслуживания по вариантам перемещения пассажиров. [1]

При этом логистические центры должны обслуживать не только обратившихся к ним пассажиров, но и работать с потенциальными клиентами, организуя рекламные и пиар-компании. Для этого пассажирские компании могут включать в анкеты маркетинговых исследований вопросы об адресе электронной почты и разрешении использования его для рассылки информации о новых транспортных предложениях и изменениях в работе транспорта.

Процесс накопления логистических ресурсов в информационных сетях достиг уровня, позволяющего говорить о возможности формирования коммерческих и условно-коммерческих виртуальных информационно-логистических центров. [1]

В сети Интернет появились специальные службы по проектированию логистических цепей и каналов доставки товаров, информационно-аналитические центры и базы бизнес-партнеров, службы поиска, продажи, аренды транспортной техники и оборудования, прототипы виртуальных экспедиторских служб, интерактивные планировщики маршрутов перевозки и др. Аналогичные службы целесообразно создать и для обеспечения логистики пассажирских перевозок. Центры логистики пассажирских перевозок должны создаваться в крупных пересадочных узлах, на железнодорожных вокзалах, в сервис-центрах. Любой пассажир должен иметь возможность обратиться в логистический центр для получения консультации не только о логистических цепочках, существующих на направлении, обслуживаемом ЛС ПОТ, но и о цепочках на других направлениях движения. Для этого все пассажирские логистические центры должны быть объединены в одну сеть с единым корпоративным уровнем обслуживания и стандартами качества. Кроме того, в ЛС ПОТ должна быть доступна услуга разработки логистических цепочек по индивидуальным заказам клиентов или для поездки организованных групп.

Отсутствие логистического подхода к управлению пассажирским транспортом создает ряд проблем для наиболее эффективного его использования:

- качество и культура обслуживания пассажирских перевозок, повышение их рентабельности на сегодняшний день не в полной мере соответствует возможностям системы пассажирского транспорта;

- мало изучены факторы, определяющие объем и структуру пассажирских перевозок;

— планирование перевозок пассажиров не имеет должного экономического обоснования и основано на отчетных данных.

Логистический подход к управлению пассажирскими потоками требует объединения всех участков перевозочного процесса в единую систему, способную обеспечить качественные транспортные и сопутствующие услуги населению с максимальным комфортом и минимальными затратами.

Логистическое управление пассажирскими перевозками можно определить как сквозное (интегрированное) управление производственными процессами транспортных предприятий по оказанию услуг и сопутствующих им потоков с целью достижения максимальной эффективности совместной деятельности транспортных и сервисных компаний.

Логистическое управление выполняет функции организации, планирования, регулирования, координации, контроля и анализа. Одной из важнейших задач логистического менеджмента является координация логистических

функций и согласование целей со всеми взаимодействующими элементами транспортно-логистической системы.

Объектом логистического управления пассажирскими перевозками являются потоки, потоковые процессы, любые процессы, связанные с перемещением пассажиров.

В основе логистического управления перевозками лежит идея непрерывного мониторинга всей транспортно-логистической цепи.

Логистическая система управления пассажирскими перевозками основана на следующих основных принципах:

- ориентация на пассажира;
- ориентация на работу предприятий поставщиков услуг;
- ориентация на предотвращение сбоев в обслуживании при перевозке пассажира;
- ориентация на постоянное совершенствование качества предоставляемых услуг.

Литература:

1. Копылова, Е. В., Куликова Е. Б. Логистика — перспективное направление развития пассажирских перевозок. // Железнодорожный транспорт. 2010. №3. с. 61–64.
2. Бодриков, М. В. Логистикология: основания интегрального логистического анализа. // Логистика сегодня. 2004. №3. с. 2–9.
3. Долгов, А. П., Козлов В. К., Уваров С. А. О свойствах и классификации логистических систем. // Логистика сегодня. 2005. №3. с. 41–49.
4. Пластуняк, И. А. Проблемы управления транспортными потоками в крупных городах. // Вестник ИНЖЭКОНА. Серия: Экономика. Вып. 2, 2009. с. 207–211.
5. Эльдарханов, Х. Ю., Дубинина Т. И. Топологизация логистического управления пассажирской транспортной системой мегаполиса. // Региональная экономика: теория и практика. 2010. N 1, с. 46–50.

Транспортно-логистические кластеры как вызов времени в социально-экономическом развитии региона

Федотенков Дмитрий Григорьевич, аспирант, помощник проректора;
Падалко Александр Александрович, помощник первого проректора
Брянский государственный университет им. академика И. Г. Петровского

Одним из эффективных механизмов привлечения частного капитала в регион является формирование отраслевых кластеров. В работе авторами рассмотрена региональная транспортная политика, а также транспортно-логистический кластер как интенсивное развитие рынка транспортно-логистических услуг в России.

Ключевые слова: экономика, экономика региона, кластер, логистический кластер, транспортно-логистический кластер, кластерная политика.

Создание кластеров — одно из основных направлений развития экономики регионов современной России в рыночных условиях. Основной целью кластерной политики является обеспечение высоких темпов экономического роста и диверсификации экономики за счет повышения конкурентоспособности предприятий — по-

ставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, а также научно-исследовательских и образовательных учреждений. Кластеризация региона гарантирует разносторонний социально-экономический эффект: помимо создания производств она предполагает формирование всей

необходимой инженерной, транспортной, социальной инновационной инфраструктуры, осуществление научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ (НИОКР) и внедрение их результатов на производстве.

Формирование и развитие кластеров является эффективным механизмом в привлечении прямых иностранных инвестиций и активизации внешнеэкономической интеграции. Включение отечественных кластеров в глобальные цепочки стоимости позволяет существенно поднять уровень национальной технологической базы, увеличить экономический рост за счет повышения международной конкурентоспособности предприятий путем внедрения критических технологий и новейшего оборудования, получения предприятиями кластера доступа к современным методам управления, специальным знаниям, а также выхода на международные рынки.

Кластерную политику можно рассмотреть с двух позиций: первая экономическая выступающая, как средство повышения устойчивости и конкурентоспособности региональной экономики, обеспечения укрепления позиций наших производителей и в межрегиональной, и в глобальной конкуренции; вторая позиция социальная являющаяся одним из условий развития и повышения качества человеческого капитала. В этом смысле кластерная политика в полной мере соответствует современной парадигме социально-экономического прогресса, принятой странами лидерами. В связи с этим процесс развития принято трактовать не только, как возрастание материального и экономи-

ческого благосостояния общества в целом (апеллируя к индикаторам, характеризующим макроэкономическую динамику, таким как рост ВВП, промышленного производства, ВВП и инвестиций на душу населения и пр.), но и как расширение индивидуальных возможностей людей, чтобы каждый человек мог выбирать ту цель и тот образ жизни, которые он считает предпочтительными с точки зрения самореализации.

Региональная кластерная политика способствует нейтрализации издержек узкого корпоративного подхода, она ориентирована на удовлетворение насущных нужд компаний, формирование атмосферы кооперации и конкуренции, консолидацию производственной деятельности, развитие отраслевого сервиса, регионального научно-образовательного комплекса, навыков и традиций местного сообщества. На рисунке 1 нами представлены основные направления развития территориальных кластеров.

Различают два основных типа кластера: региональный и отраслевой. Кластеры первого типа ориентированы на региональное развитие, кластеры второго типа — на развитие отрасли.

Основными предпосылками кластера, определяющие его образование являются наличие взаимопонимания и связей между субъектами хозяйствования, а также наличие синергетического эффекта за счет общности региона/отрасли.

При этом развитие отраслевых кластеров чаще всего рассматривается на уровне одного региона. Причем каждый из кластеров может быть построен по своему принципу [5]:



Рис. 1. Основные направления развития территориальных кластеров

— текстильная промышленность — по принципу технологической цепочки;

— нефтегазовое машиностроение — по принципу общности продукции, рынка поставщиков ресурсов (сетевой принцип);

— строительный кластер — по принципу общности продукции и рынка сбыта продукции;

— кластер «пищевая промышленность» сформирован также по сетевому принципу, причем здесь установлена значимая взаимосвязь с торговлей;

— транспортный кластер характеризуется общностью оказываемых услуг и относительной самостоятельностью отдельных звеньев.

Из вышесказанного считаем важным обратить внимание на транспортный кластер, так как интенсивное развитие рынка транспортно-логистических услуг в России создает объективные организационно-экономические предпосылки для формирования в РФ транспортно-логистических кластеров (ТЛК) как наиболее эффективной инновационно-ориентированной формы интеграции участников рынка транспортно-логистических услуг, обеспечивающей на основе инноваций и согласования экономических интересов всех контрагентов цепи поставок максимальный синергетический эффект.

Как специфическая организационная форма транспортно-логистический кластер создается с целью повысить эффективность управления технологическими цепочками перемещения грузопотоков от поставщиков сырья, производственных структур до потребителей, взаимодействующих в рамках единого потокового процесса, способствуя развитию и росту логистического потенциала определенной территории.

Транспортно-логистический кластер позволяет: развивать базовые терминально-логистические структурные элементы на основе формирования грузо-перерабатывающих терминалов, терминально-складских комплексов многоцелевого назначения, предоставляющих всю совокупность складских таможенных и сопровождающих услуг; повышать конкурентоспособность транспортных коридоров; сокращать долю транспортных затрат в валовом внутреннем продукте; обеспечивать кооперацию и интеграцию малых и средних логистических организаций — транспортных, экспедиторских, складских и др. в общую логистическую систему; адаптировать внутренние структуры и внешние бизнес-связи к условиям неопределенности среды [3].

Транспортно-логистический кластер по своей структуре имеет сложный смешанный характер. С одной стороны он носит отраслевой характер, т. к. большинство его субъектов и участников (перевозчики, экспедиторы, владельцы терминалов, морские и речные порты, аэропорты, железные дороги и т. п.) относятся к транспортной отрасли. Одновременно, в состав кластера, как правило, включаются информационные, страховые компании, таможенные представители, финансовые структуры, фирмы сервисного обслуживания, крупные гру-

зоотправители и грузополучатели, что придает кластеру межотраслевой характер. Формируясь на территории региона, страны или в зоне международных транспортных коридоров, транспортно-логистический кластер может иметь региональный, межрегиональный, национальный и глобальный характер.

Транспортно-логистические кластеры включают в себя комплекс инфраструктуры и компаний, специализирующихся на хранении, сопровождении и доставке грузов и пассажиров. Кластер может включать также организации, обслуживающие объекты портовой инфраструктуры, компании специализирующиеся на морских, речных, наземных, воздушных перевозках, логистические комплексы и другие. Транспортно-логистические кластеры развиваются в регионах, имеющих существенный транзитный потенциал.

Исходя из выше изложенного, сформулируем понятие «Транспортно-логистический кластер».

Транспортно-логистический кластер — это межотраслевое и добровольное объединение различных структур специализирующихся на хранении, сопровождении и доставке грузов и пассажиров, а также организаций, обслуживающих объекты инфраструктуры и других организаций, взаимодополняющих и усиливающих сильные стороны друг друга и реализующих конкурентные преимущества данной территории, с целью повышения конкурентоспособности на отечественном и мировом рынке транспортно-логистических услуг.

Практика показывает, что развитие транспортно-логистических кластеров это эффективное решение целого ряда задач оптимизации товародвижения, включая обеспечение рационального построения транспортно-экспедиторских и терминально-складских комплексов, рационализация процессов грузоперевозок с участием нескольких видов транспорта, формирование системы оперативного взаимодействия, планирования, координации и диспетчерского регулирования в транспортных узлах и обеспечение оптимального сервисного обслуживания товаропотоков, развитие логистической информационной системы, обеспечивающей эффективный обмен информацией между участниками кластера [4].

Как специфическая организационная форма транспортно-логистический кластер создается в целях повышения эффективности управления технологическими цепочками перемещения грузопотоков от поставщиков сырья, производственных структур до потребителей, взаимодействующих в рамках единого потокового процесса, способствуя развитию и росту логистического потенциала определенной территории.

Транспортно-логистические кластеры формируются с учетом конкретной социально-экономической ситуации, складывающейся на конкретной территории, а также перспектив ее развития. Но необходим детализированный анализ существующих возможностей и ограничений при разработке механизмов функционирования данного кластера, где следует подчеркнуть, что в создании и после-

дующем развитии транспортно-логистических кластеров важную роль должны играть государственные структуры и научно-исследовательские организации, способствующие более точному определению стратегии развития кластера и его рационального состава.

Транспортно-логистический кластер способен обеспечить связь между экономическими субъектами за счет перемещения грузопотоков во времени и пространстве. Перемещение потоков, невозможно без развитых информационных коммуникаций, в связи с чем, принцип коммуникационного единства, предполагающий наличие единого информационного пространства должен лежать

в основе формирования транспортно-логистических кластеров [3].

Из выше сказанного считаем важным отметить, что определение возможностей и правовых основ построения транспортно-логистического кластера, уточнение его целей и задач, формирование направлений развития и показатель эффективности функционирования необходимо проводить как на уровне всего кластера, так и на уровне его конкретных участников.

Транспортно-логистические кластеры могут стать эффективным инструментом, способствующим социально-экономическому развитию России и ее регионов.

Литература:

1. Агарков, С. А. Кластерный подход в развитии экономики региона и его транспортно-логистической составляющей // Транспорт Российской Федерации. — 2012. №2(39).
2. Прокофьева, Т. А., Элларян А. С. Кластерный подход к управлению развитием логистических операторов и формированию конкурентоспособного рынка логистических услуг в России [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-rej.ru/upload/iblock/921/92171519dcfd95b851f7173aad9ea1d.pdf>.
3. Элларян, А. Направления и особенности развития логистически-ориентированных кластерных образований в транспортном комплексе [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-rej.ru/upload/iblock/562/562f095acf920ac9b1a22c81ec4455ef.pdf>.
4. Чернышев, И., Адамов с. Кластерный подход к реализации транспортно-логистического проекта «Москва-Тула-Орел-Курск-Белгород» // Логистика — 2014. №4.
5. Суздыкбаева, Б. У. Основные методологические принципы формирования транспортно-логистического кластера. [Электронный ресурс] URL: <http://www.enu.kz/repository/repository2014/osnovnye-metodologicheskie.pdf>.

Научное издание

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

III Международная научная конференция

Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.

Материалы печатаются в авторской редакции

Дизайн обложки: *Е.А. Шишков*

Верстка: *М. Голубцов*

Подписано в печать 24.12.2014. Формат 60x90 ¹/₈.
Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.
Усл. печ. л. 11,72. Уч.-изд. л. 16,32. Тираж 300 экз.