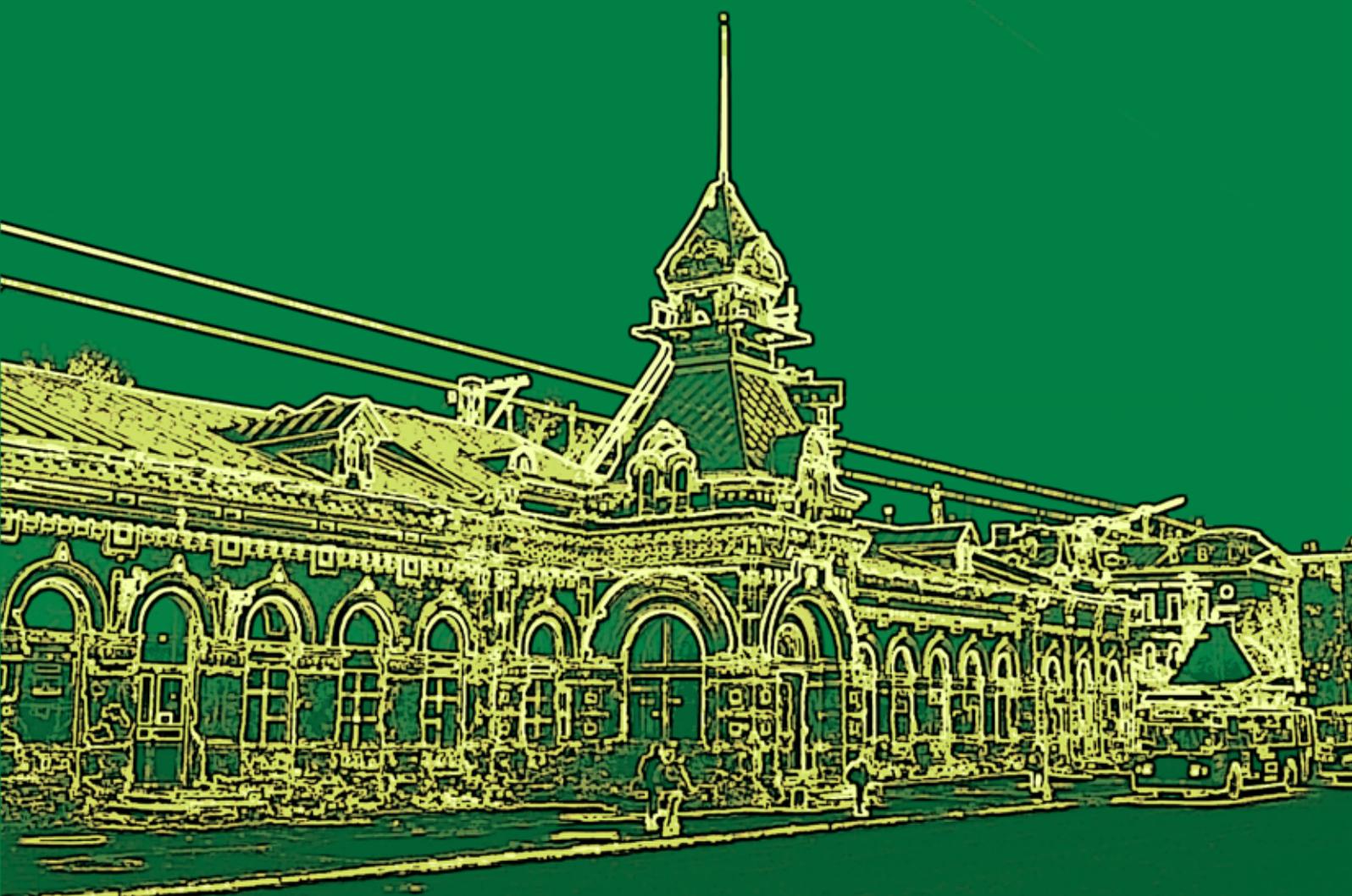


МОЛОДОЙ
Учёный



III Международная научная конференция

ЭКОНОМИКА УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСЫ



Пермь

УДК 330
ББК 65
Э40

Редакционная коллегия сборника:

*М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, К. С. Лактионов, Н. М. Сараева,
В. В. Ахметова, В. С. Брезгин, К. В. Дядюн, К. В. Желнова, М. Г. Кологорцев,
А. В. Котляров, Е. В. Лескова, М. О. Насимов, А. С. Яхина*

Ответственный редактор: *Г. А. Кайнова*

Международный редакционный совет:

*Айрян З. Г. (Армения), Арошидзе П. Л. (Грузия), Атаев З. В. (Россия), Велковска Г. Ц. (Болгария),
Гайич Т. (Сербия), Данатаров А. (Туркменистан), Досманбетова З. Р. (Казахстан),
Ешиев А. М. (Кыргызстан), Игисинов Н. С. (Казахстан), Лю Цзюань (Китай),
Нагервадзе М. А. (Грузия), Прокопьев Н. Я. (Россия), Прокофьева М. А. (Казахстан),
Ребезов М. Б. (Россия), Хоналиев Н. Х. (Таджикистан), Хоссейни А. (Иран)*

Экономика, управление, финансы: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Пермь, февраль 2014 г.). — Пермь: Меркурий, 2014. — vi, 206 с.
ISBN 978-5-88187-462-9

В сборнике представлены материалы III Международной научной конференции «Экономика, управление, финансы». 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

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Гишкаева Л.Л.

Постиндустриальная эпоха в развитии мировой экономики 1

Дедеева С.А.

Инвестиции в сельское хозяйство: перспективы развития и риски 4

Емелина Т.А.

Методологические аспекты разработки прогноза развития пищевой промышленности 7

Сунакбаев Ш.К.

Problems of innovative policy 9

Тузелбаева И.Н.

Маркетинговое исследование рынка сельскохозяйственной продукции и его сегментация 11

3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Абдрахманова А.М., Досмуханова А.К.

Формирование экономической культуры у студентов – залог развития государства 14

Давлетханов Р.Н.

Математические методы как основа стратегии игры в покер 16

Симаков О.О.

Экономическая целесообразность: философский и юридический аспекты понятия 17

4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

Волкова Н.В., Гузикова Л.А.

Новые подходы в стратегическом планировании деятельности предприятий 20

Дашкин Р.М.

Особенности антиинфляционного регулирования в России 22

Милова Ю.Ю.

Управление инновационной деятельностью высшего учебного заведения 25

Чернышова Н.А.

Инфляционные процессы в России: причины, итоги, прогнозы 27

5. ОБЩЕСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Лисагор М.В., Лунгу К.Д.

Проблемы и пути решения миграции рабочей силы в РФ и РС (Я) 31

6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

Азиева Р.Х.

Необходимость использования системы раздела продукции (СРП) в Чеченской Республике 33

7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Акашева В.В., Трифонова И.В., Ельмеева И.Г.

Проблемы внедрения управленческого учета в сельскохозяйственных предприятиях 37

Бурко Р.А., Гунина О.Н.

Анализ концентрации и тенденций к консолидации на российском рынке кальцинированной соды в 2012–2013 гг. 40

Жилина Е.В.

Параметры оценки конкурентоспособности розничной торговой сети 44

8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Кабакова Н.А.

Государственное регулирование финансового сектора США в 2008–2013 годах 49

9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

Булатова А.И., Рахматуллина А.Р.

Рынок пластиковых карт в России: особенности и перспективы развития. 56

Булатова А.И., Хуснулина А.Т.

Бюро кредитных историй: проблемы и перспективы развития 59

Ван Тхиен Хао

Оценка работы коммерческой банковской системы во Вьетнаме в 2013 г. 61

Жусупов Е.А., Тлеужанова Д.А.

Современные тенденции развития финансового менеджмента в Республике Казахстан 64

Свердán М.М.

Налог на богатство – универсальная форма налогообложения частной собственности 67

Снегирева Е.В.

Формирование, исполнение и анализ бюджета муниципального образования туристско-рекреационной специализации Сочи 77

Соколов А.В.

Анализ привлечения капитала на рынке ценных бумаг России 82

10. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

Бердников А.А.

Основы анализа и управления предпринимательскими рисками 87

Ваниева А.А., Грудаева Ю.В.

Информационные технологии и информационное обеспечение судебно-бухгалтерской экспертизы 89

Петров А.А.

Внутренний контроль хозяйственной деятельности: основные положения 93

Соколова И.А., Пономаренко А.А.

Анализ расчетов с поставщиками и подрядчиками. Управление кредиторской задолженностью 101

Соколова И.А., Пономаренко А.А.

Пути снижения рисков при работе с контрагентами 105

11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

Калиева О.М., Марченко В.Н., Дергунова М.И.

Современные тенденции развития брендинга в рыночных условиях 109

Коваль С.С.

Маркетинговые исследования при открытии магазина 112

Кузнецова Е.Ю., Шуйнцева Н.В.

Партизанский маркетинг как метод малобюджетного продвижения в системе современных методов управления конкурентоспособностью предприятия 118

12. СТАНДАРТИЗАЦИЯ, МЕТРОЛОГИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ**Макина А.И., Чмых К.В.**

Профессиональные стандарты по социальной работе: место и роль в социальной сфере 121

13. ЭКОНОМИКА ТРУДА**Есиева И.В.**

Безработица как одна из глобальных проблем современного мира 124

**14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ,
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ****Белоусов С.О.**

Организация контроллинга в организации (на примере Открытого акционерного общества «Научно-производственная корпорация «Уралвагонзавод»). 127

Гринченко У.Е.

Формирование корпоративной культуры в социальных учреждениях 129

Кучер В.И., Шевченко В.В., Давлетьяров Р.З.

Современные информационные системы для проведения стратегического анализа при управлении организацией 132

Лашманова Ю.Ю.

Группировка подходов к определению категории «производственный потенциал предприятия». 135

Меркушова Н.И., Гаффорова Е.Б., Колпакова К.В.

Выбор бизнес-модели для вузовского бизнес-инкубатора 137

Пашигорев К.И.

Значение управления в процессе деятельности организации 139

Савельева Е.Н.

Научно-практические подходы к оценке эффективности систем управления предприятием 142

Сахнов С.Н.

Роль и значение ключевых показателей эффективности в сбалансированной системе управления ... 147

Труфанов А.В.

Влияние организационной культуры на деятельность организации 150

Труфанов А.В.

Основные подходы к диагностике организационной культуры 153

15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА**Мамиек Л.А.**

Проблемы совершенствования пенсионной системы в современных условиях 157

Надеева Н.А., Надеева А.Б.

Предложения по улучшению занятости населения в Пермском крае 160

Никулина Е.В., Федюшина И.Г.

Оценка качества налогового и бюджетного планирования в субъекте федерации на примере Белгородской области 163

Фролова О.Ю.

Необходимость развития кластерных отношений в автомобилестроительной отрасли Самарской области 166

Халяндра О.И.

Уровень монополизации современной экономики России 169

Шевченко Ю.С.

Золотодобыча в депрессивном регионе: тенденции и перспективы
(на примере Забайкальского края) 172

Шептухина Л.И.

Творческие индустрии и городское развитие в XXI веке 174

16. ДЕМОГРАФИЯ**Каюков В.В., Мельчакова Ю.Л.**

Взаимосвязь демографических процессов с состоянием экономики 177

17. ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ**Лисагор М.В., Сухомясова Т.И.**

Как избежать двойного налогообложения. 181

Учайкина В.В.

Зарубежная практика и рекомендации международных статистических организаций в области методологии анализа внешней торговли товарами и услугами 182

18. ТУРИЗМ**Джумагазина М.Б.**

Формирование и развитие туристско-рекреационного кластера в моногороде 188

Петрова Е.И.

Схемы страхования туристов, выезжающих за рубеж. 191

19. ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ**Кошимова М.А.**

Формирование и развитие конкурентных отношений в сфере городского пассажирского транспорта Актау. 194

Федотенков Д.Г.

Управленческие решения в логистике снабжения. 197

20. ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО**Велковска Г.Ц.**

Le projet d'investissement en Bulgarie – la pratique et les problèmes 203

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Постиндустриальная эпоха в развитии мировой экономики

Гишкаева Лейла Лечиевна, кандидат экономических наук, доцент
Чеченский государственный университет (г. Грозный)

В статье рассматриваются изменения в структуре экономики, занятости, уровня жизни на примере различных стран мира, в том числе и России, вызванные постиндустриальной эпохой в развитии мировой экономики.

Ключевые слова: благосостояние, денежные доходы, демократические институты, заработная плата, занятость, работник, развитые страны, сфера услуг, структура экономики, средний класс.

Наибольший удельный вес как в структуре НД, так и в структуре денежных доходов населения занимает заработная плата. Наиболее простое содержание, которое мы вкладываем в понятие заработной платы — это оплата труда наемных работников определенного уровня образования, квалификации и т. д. Однако существует значительная прослойка мелких собственников, которые работают на собственных предприятиях, не являясь, по существу, наемной рабочей силой (владельцы небольших ремонтных мастерских, парикмахеры, лица свободных профессий). Поэтому в экономической теории заработную плату в более широком смысле рассматривают как общие заработки, и в более узком — как ставку заработной платы.

Спрос на труд, как и на любой фактор производства, определяется издержками, вызванными при его приобретении. Цена труда для работодателя зависит от институтов рынка труда (минимальный размер оплаты труда, единый социальный налог и законодательство о защите занятости) способных ограничить количество постоянных рабочих мест и наем молодых выпускников. Дополнительные барьеры, сокращающих наем работников, связаны с существованием издержек поиска для работодателей и работников.

Издержки поиска для работодателя обусловлены отсутствием или непрозрачностью информации о потенциальной производительности, профессиональной квалификации, трудовой морали предлагающих свой труд работников. При этом документ (диплом) о профессиональном образовании выдает определенную информацию в данном вопросе, но наличие сильной дифференциации авторитетности учебных заведений приводит к тому, что многие дипломы просто не воспринимаются работодателями.

Развитие российской экономики в период с 1999 по 2003 годы, когда ВВП увеличился примерно на 1/3 при потере около 3 млн. рабочих мест на средних и крупных

предприятиях, в то же время, количество занятых в неформальном секторе экономики, а также на условиях временной занятости возросло, является примером того, что удорожание приводит либо к сокращению объема производства или же работодатели ищут дешевую рабочую силу, либо стараются больше задействовать имеющихся работников [1, с. 93].

Деятельность демократических политических институтов, процесс создания которых происходил со второй половины XIX и на протяжении всего XX веков в развитых странах, была направлена на регулирование социальных отношений, механизма найма рабочей силы, к чему способствовало и профсоюзное движение [2, с. 117]. В результате этих процессов повысился статус наемных работников — многочисленных избирателей в демократическом обществе, выросло требование к предпринимательству по соблюдению принятых норм и правил трудовых отношений. На протяжении описываемого нами периода были приняты законы об ограничении продолжительности рабочего дня, о фиксации уровня минимальной заработной платы, нормах социальной защиты и правах профсоюзов и т. д.

Влияние профсоюзов приводит не только к росту среднего уровня заработной платы, но также и к сокращению отраслевой занятости, чистым потерям общества и т. д. «Как показывают зарубежные исследования, страны с мощным профсоюзным движением сталкиваются с явлением «эксплуатации капитала» — чрезмерной рентой, получаемой трудом при помощи агрессивных переговорных стратегий» [3, с. 133]. Решение проблемы трудовых отношений так же заключается в развитии корпоративного сектора и акционерной собственности, когда возникают различные виды интеграции собственников фирмы и ее работников. Любой работник может путем приобретения акции компании стать ее совладельцем, что означает стать собственником. С другой стороны, менеджеры компании, приглашенные для управления компанией, об-

ретают подобные права, подобные правам собственников капитала. Так, в 1990 — х годах, например в США, 200 крупнейших компаний выделили 13 % собственных акций по сравнению с 7 % в 1980 — е годы для своих работников [3, с. 133]. В Японии, где это явление широко распространено, оно имеет даже название — корпоратизм среди работников. Существует целое направление в управленческой науке по разработке планов компенсации работникам путем наделения их акциями компании — «equity — based compensation». Таким образом, в социальной структуре общества все большую долю занимают люди среднего класса, соединяющие в себе черты собственника капитала и наемного работника.

С развитием научно-технического прогресса возрастают требования к уровню квалификации работника, что заставляет фирмы тратить на обучение своих работников огромные суммы денег. В таких условиях работник становится специфическим активом на фирме и, естественно, ни фирма, ни работник, потенциал которого в большинстве случаев может реализоваться только в данном предприятии, не заинтересованы в развитии конфликтной ситуации. Этот процесс, когда рабочая сила превращается в человеческий капитал, способствует гибкому взаимодействию между работниками и работодателями при заключении трудовых договоров, что получило название социального партнерства.

Примерно 2/3 населения современных развитых государств — «общество двух третей» составляет класс, куда входят представители пролетариата, буржуазии и интеллигенции, являющейся, в свою очередь, социальной опорой этих обществ. Уровень жизни этого огромного большинства населения превосходит и без того высокий прожиточный минимум, они являются собственниками значительных средств (ценных бумаг, объектов недвижимости и т. д.). В развитых странах в несколько раз больше приходится ВВП на душу населения, чем в других странах, что является показателем более высокого экономического развития стран, обеспечивающим и более высокий уровень жизни населения, рост его благосостояния. Рост благосостояния в развитых странах является главным результатом экономического роста последних десятилетий. Происходит переход от классовой структуры общества к более многоукладному обществу с различными социально-экономическими типами хозяйствования.

С повышением производительности труда увеличивающийся объем продукции производится меньшими затратами как труда, так и других ресурсов. Таким образом, в последней трети XX века наблюдается процесс не только сокращения доли занятых в материальном производстве, но и их количества в этой сфере деятельности. Таким образом, произошли значительные изменения в структуре производства: значительно выросла доля сферы услуг при сокращении доли, приходящейся на материальное производство, при этом, чем больше приходится на сферу услуг, тем выше уровень экономического развития страны. Для подтверждения выше сказанного приведем таблицу 1.

Данные выше приведенной таблицы говорят о том, что во всех рассматриваемых странах с 1870 по 1990 годы в несколько раз увеличилась доля в структуре экономике страны, приходящаяся на нематериальную сферу.

Если рассматривать развивающиеся страны, то здесь нужно отметить, что в большинстве этих государств к среднему классу можно было отнести незначительное количество домашних хозяйств, и чем неравномерно распределены доходы в стране, тем меньше данное количество. Так, в Бразилии менее 10 % общего дохода страны приходилось на 20 % домашних хозяйств со средним уровнем дохода, которых при душевом доходе в 1700 долл. в год довольно затруднительно назвать средним классом, тогда как в Швеции аналогичные домохозяйства были богаче в 15 раз и на них распределялось 18 % дохода страны [4, с. 85].

Для рассмотрения изменений в отраслевой структуре занятости в России в период, включающий дореформенный и период рыночных преобразований, приведем следующую таблицу.

Анализируя данные нашей таблицы, мы можем сделать следующие выводы: в отраслевой структуре занятости в экономике России за рассматриваемый период произошли существенные изменения, особенно это касается таких сфер как промышленность — сокращение примерно на 32 % в 2003 году по сравнению с 1985 годом, торговли — возрастание доли по численности занятых примерно на 102 %, доля финансовой сферы по аналогичному показателю возросла на 160 %. Мы можем также отметить, что существенно возросла доля по рассматриваемому признаку такого сектора экономики, как управление (включая оборону) — примерно в три раза. «В СССР было 650тыс. чиновников, в нынешней России — 1млн. 300тыс. Российская бюрократия вдвое превышает советскую, притом, что численность населения после распада СССР уменьшилось вдвое» [6, с. 125].

Таким образом, рост доли торговли и финансового сектора является оправданным при рыночных преобразованиях в российской экономике, за исключением такой сферы как управление. В целом, мы видим, что произошло сокращение материального производства при росте сферы услуг.

Г.Фетисов рассматривал в экономических процессах, происходивших в России, последствия так называемой «голландской болезни». По его словам, несмотря на экономический рост, объявленный в стране, позитивные изменения в структуре экономики не наблюдались, что подтверждалось растущей долей отраслей ТЭК в ВВП страны, а также структурой экспорта, характеризующейся увеличивающейся долей топливно-энергетических товаров. Так, на долю отраслей ТЭК в ВВП в 2003 году приходилось 20 %, 2004 году — 29 %, 2005—30 %; в экспорте доля ТЭК в 1997 году составила примерно 47 %, в 2000 годы — превысила 50 % [7, с. 38].

Нужно отметить, что достижение высокого уровня жизни в странах с населением, превышающим 50 млн. че-

Таблица 1 [2, с. 120]

Доля сферы услуг в общей численности занятых в экономике США, Великобритании и Германии (в %)

Годы	США	Великобритания	Германия
1870	18,3	27,0	16,0
1910	26,2	32,3	19,5
1930	33,1	35,2	20,3
1950	40,0	31,7	21,1
1990	62,2	57,0	36,1

Таблица 2 [5, с. 14]

Динамика в отраслевой структуре экономики в 1985–2003гг. (по количеству занятых, в %)

Отрасли	1985 г.	2003 г.
Всего	100	100
в том числе:		
— промышленность	32,3	21,9
— сельское хозяйство	13,9	11,0
— строительство	9,4	7,7
— транспорт	8,5	6,4
— связь	1,3	1,4
— торговля	8,3	16,8
— жилищно-коммунальное хозяйство и бытовое обслуживание		
— здравоохранение, физкультура и спорт, социальное обеспечение	4,1	4,4
— образование	5,0	7,1
— культура и искусство	7,1	9,1
— финансы, кредит и страхование	1,4	1,9
— управление	0,5	1,3
	1,6	4,7

ловек, только за счет углеводородного потенциала невозможно, так как для этого его нужно экспортировать на душу населения в год не меньше 40–50 тонн нефтяного эквивалента. В России этот показатель составляет около 3 тонн, что обеспечивает валовую прибыль в расчете на душу населения менее 100 долл. в месяц на человека (и это при полном изъятии прибыли нефтегазовой отрасли и существующих высоких ценах сегодня на нефть) [8, с. 22].

Также же ожидать увеличения среднего класса только за счет развития малого бизнеса является неправомерным, так как (ссылаясь на мировой опыт) только достаточно обеспеченный средний класс, сложившийся вокруг круп-

ного капитала, может стать предпосылкой становления малого бизнеса [9, с. 78].

Одним из важнейших государственных приоритетов в политике занятости должно стать воздействие в реструктурировании российской экономики, в соответствии с особенностями современной постиндустриальной экономики, большой удельный вес в которой приходится на сферу услуг. Многие отрасли услуг отличаются высокой трудоемкостью, что позволяет значительно снизить безработицу. Также стоит подчеркнуть и то, что в сфере услуг сравнительно легче, чем в материальном производстве, решается проблема инвестиций.

Литература:

1. Гимпельсон В. Дефицит квалификации и навыков на рынке труда // Вопросы экономики. — 2004. — № 3.
2. Кудров В. К современной научной оценке экономической теории Маркса-Энгельса-Ленина // Вопросы экономики. — 2004. — № 12.
3. Розанова Н., Назаренко А. К вопросу о марксистской теории отношений труда и капитала // Вопросы экономики. — 2004. — № 12.
4. Бердсолл Н. Усиление неравенства в новой глобальной экономике // Вопросы экономики. — 2006. — № 4.
5. Ясин Е. Государство и экономика на этапе модернизации // Вопросы экономики. — 2006. — № 4.

6. Либерализм и государственный капитализм. // Вопросы экономики. — 2006. — № 2.
7. Фетисов Г. «Голландская болезнь» в России: макроэкономики и структурные аспекты // Вопросы экономики. — 2006. — № 12.
8. Милов В. Может ли Россия стать энергетической сверхдержавой? // Вопросы экономики. — 2006. — № 9.
9. Евстигнеева Л., Евстигнеев Р. Самоидентификация России и формирование нового регионального союза // Вопросы экономики. — 2004. — № 10.
10. Гишкаева Л. Л. Доминантная роль сферы услуг в структуре современной рыночной экономики // Труды Грозненского государственного нефтяного института им. акад. М. Д. Миллионщикова. — Грозный, 2010. Вып. 10.
11. Азиева Р. Х. Развитие нефтяной промышленности России: прогнозные оценки // Наука и бизнес: пути развития — Москва. 2013 — № 5 (23).
12. Азиева Р. Х. Формирование заработной платы в переходный период // Экономический вестник РГУ — Ростов-на-Дону, 2008, № 2/2.

Инвестиции в сельское хозяйство: перспективы развития и риски

Дедеева Светлана Александровна, кандидат экономических наук, преподаватель
Оренбургский государственный университет

В статье рассматриваются инвестиции в сельском хозяйстве, проводится анализ, насколько они необходимы для развития отрасли России. Выявлены основные факторы, влияющие на перспективу развития сельского хозяйства, и определены факторы рисков.

Ключевые слова: сельское хозяйство, инвестиции, отрасли, агропромышленный комплекс, денежные средства, риски, факторы, активность.

На сегодняшний день устойчивое развитие отраслей НАПК нуждается в инвестиционной активности, в предоставлении предприятиям необходимых денежных и материальных ресурсов.

Инвестиции предоставляют собой долгосрочные вложения на приобретение основных фондов и оборотных средств в процессе хозяйственной деятельности с целью получения прибыли.

Инвестиции — это денежные средства, ценные бумаги, имущественные права, имеющую денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской деятельности в целях прибыли или достижения иного полезного эффекта. На сегодняшний день вопрос об инвестициях в сельскохозяйственный бизнес в России — вопрос очень непростой [2].

Во-первых на фоне того, что ведущие мировые страны инвестируют миллиардные суммы в программы развития своего сельского хозяйства, наша страна с ее огромным потенциалом земель сельхозназначения является аутсайдером сельхозпроизводства.

Несмотря на то, что Россия после распада СССР потеряла большую, часть посевных площадей, Россия все равно остается одним из лидеров производства пищевых продуктов, на сегодняшний день в России среди крупных инвесторов достаточно не легко найти людей которые хотели бы заниматься сельским хозяйством, хотя наличие больше четверти миллиона фермерских хозяйств говорит о том, что у нас в стране есть те, кто готов жить, работать и зарабатывать в сельскохозяйственном производ-

стве, кормить себя пашней, зарабатывать свой хлеб руками, а не офисным столом.

Во — вторых в последнее время все больше и больше говорится о том, что растущий спрос на продукты питания делает сельскохозяйственный бизнес все более доходным, и ситуация с вложениями в сельскохозяйственный сектор носит все более позитивный характер.

Российское сельское хозяйство ООН не относит ни к списку лидеров инвестиционной эффективности, ни к списку аутсайдеров и это, пожалуй, наиболее здравое описание российского сельскохозяйственного рынка. Анализ показателей производства сельскохозяйственной продукции (рис. 1) показывает, что фактически в российском сельскохозяйственном бизнесе в последние годы наблюдаются застойные явления [4].

Несмотря на то, что динамика инвестиций в основной капитал сельскохозяйственных предприятий в РФ за последние пять лет была сломана кризисом 2008—2009 гг. (таб. 1) в целом инвестиционная активность этого сектора экономики носит не совсем положительный характер.

Так, в этом периоде отмечался устойчивый рост объема долгосрочных финансовых вложений в сельское хозяйство, охоту и лесное хозяйство: в 2006 г. объем этих вложений вырос на 73 % (в руб. к показателям 2005 г.), в 2007 г. вновь увеличился на 14 % (в руб. к показателям 2006 г.), в 2008 г. 216 % (в руб. к показателям 2007 г.), в 2009 г. 24 % (в руб. к показателям 2008 г.) и лишь в 2010 г. произошло падение этого показателя на четверть (25 %, в руб. к показателям 2009 г.), которое, впрочем, в



Рис. 1. Индекс производства продукции сельского хозяйства (на июнь 2011 г.)

I квартале 2011 г. вновь сменилось ростом долгосрочных финансовых вложений (37 % в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года), при этом общий объем долгосрочных инвестиций в российский сельскохозяйственный сектор за I квартал текущего года составил чуть более 9 млрд. рублей [5].

Чтобы разом вооружить все сельское хозяйство России современными средствами производства, нужно истратить больше триллиона рублей. Но это чисто теоретическая цифра, выведенная экспертами. Реально аграрный сектор экономики в состоянии с пользой «переваривать» по 160 миллиардов рублей в год. Что почти в 4 раза больше, чем могут вложить в производство сами производители сельскохозяйственной продукции. Поэтому в течение последних трех лет аграрная политика государства в значительной мере нацелена как раз на стимулирование инвестиций в сельское хозяйство. Вывод один, что инвестиции в сельское хозяйство хорошо растут: во-первых при бюджетной поддержке государства, во-вторых, инвесторы стали иначе относиться к сельскому хозяйству в связи с ростом мировых цен на продовольствие и повышением значимости сельского хозяйства в целом. По оценкам специалистов в 2008–2013 годах потребность данного сектора в инвестициях составит 70 млрд. долларов [5].

Факторы, влияющие на перспективу развития сельского хозяйства

1. Право на приобретение земли в собственность. Сегодня землю можно покупать и продавать. По

словам экспертов, около 13 % совокупных обрабатываемых сельскохозяйственных земель находится в собственности индивидуальных фермеров, 78 % принадлежит аграрным компаниям, 9 % — частным лицам. Около 40 % владеют региональные администрации и государственные структуры в рамках предприятий АПК. «Земельный вопрос всегда был, есть и будет одним из главных в политике Российского государства и работа по его решению — одно из важнейших направлений укрепления экономического благосостояния нашей страны» как говорил Академик Н. В. Комов.

2. Налоговые льготы. В 2005 году правительство установило новые налоги для сельхозпроизводителей. А именно, на 2006–2008 годы была принята нулевая ставка налога на прибыль, которая должна возрасти в 2009-м до 6 %, а в 2010–2011-м — до 12 % против нынешних 24 % в других отраслях. Сельское хозяйство — единственный сектор в России, где действуют налоговые льготы и отсутствуют дополнительные сборы (такие, как акциз или НДС).

3. Регулирование импорта. В 2003-м были установлены квоты на импорт сырого мяса, причем квоты ежегодно пересматриваются. По данным Министерства экономического развития, на 2008 год они установлены в следующих размерах: мясо птицы — 1,2 млн. тонн (из них 74,4 % могут поступить из США); свинина — 0,5 млн. тонн (из них 50,4 % — из Евросоюза); говядина — 0,45 млн. тонн (из них 79 % — из Евросоюза). Пошлина

Таблица 1

Уровень инвестиций в основной капитал в РФ в период 2005–2012 гг. в сопоставимых ценах, в процентах к предыдущему году.

	2005	2006	2008	2009	2011	2012
Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях	110,6	147,5	132,6	97,8	79,9	89,2

на импорт мяса в пределах установленных квот составляет 15 % от его таможенной стоимости. Тарифы на ввоз с превышением квот существенно выше (60 % для свинины и мяса птицы, 30 % для говядины).

4. Созданы условия для привлечения заемных средств. Деньги выделяются из федерального и местных бюджетов для субсидирования процентных расходов по обслуживанию кредитов, которые связаны с инвестициями в сельское хозяйство. Государство компенсирует процентные расходы сельскохозяйственным компаниям в размере 95 % от ставки рефинансирования Банка России, но не более 95 % совокупных процентных расходов. К примеру, если аграрная компания получила заем по ставке 13 %, то правительство выплачивает банку 9,5 %, а сам производитель отдает оставшиеся 3,5 %.

5. Интервенции на зерновом рынке. Для того, чтобы влиять на цены внутреннего рынка страны, Министерство сельского хозяйства создало специальный фонд. Его зерновые запасы пополняются за счет правительственных закупок в урожайные годы. Зерно помещается в частные хранилища и находится там до тех пор, пока ситуация не изменится и внутренние цены на зерно не возрастут на фоне значительного экспорта или плохого урожая. Последний раз интервенция проводилась в марте 2008-го, когда на рынке были проданы около 12 тыс. тонн пшеницы и около 5 тыс. тонн ржи.

6. Экспортные барьеры. Правительство использует разные способы ограничения вывоза сельскохозяйственной продукции в целях контроля поставок и цен на внутреннем рынке. Например, в ноябре 2007 года была введена сезонная экспортная пошлина на пшеницу и ячмень, действовавшая до 1 июля 2008-го. В декабре 2007-го ее повысили с 10 % (не менее 22 евро за тонну) до 40 % (не менее 105 евро за тонну).

7. Компенсация стоимости удобрений, семян и горючего. Селяне могут рассчитывать на частичное (не более 50 %) покрытие этих расходов. В регионах России применяются разные механизмы компенсации, обычно средства выделяются местными бюджетами.

8. Инвестиции в производство сельхозпродукции. Вложение денег дают возможность российским компаниям получение субсидий, а также гарантируют им

льготный режим налогообложения. Помимо этого, внутри страны сложилась благоприятная ценовая политика, а в перспективе российские холдинги способны выйти и на мировые сельскохозяйственные рынки. Причем инвестиции в производство зерна снижают сырьевые издержки и себестоимость, конечно если цепочка стоимости предусматривает дальнейшую переработку, либо если оно используется в качестве сырья (например, кормов для скота, в мукомольном или хлебопекарном производстве).

9. Основная стратегия, инвестиции в землю. Понятно, что цены не отражают ее реальную стоимость, поэтому можно приобретать сельхозугодия как дорожающий актив, который способен генерировать растущие денежные потоки. Кроме того, землю можно использовать в качестве залога для получения более дешевых кредитов.

10. Развитие инфраструктуры. Высокие мировые цены на зерно дают возможность российским производителям выходить на экспортные рынки. По оценкам специалистов с 2007 по 2013 год вывоз зерна может возрасти в пять раз до 60 млн. тонн в год [5].

Однако инвесторы могут столкнуться с риском в сельском хозяйстве. К примеру, сезонность, отсутствие денег на начальном этапе инвестиционного цикла, удорожание земли, нехватка квалифицированных кадров, удобрений, ГСМ. Выходом из сложившейся ситуации может стать страхование рисков в сельском хозяйстве.

Таким образом, сельское хозяйство России нуждается в постоянной поддержке со стороны государства. На сегодняшний день государство уделяет внимание этой отрасли разрабатывает различные программы развития, что благоприятно сказывается на сельском хозяйстве. Отрасль становится прибыльной и тем самым привлекает инвесторов. Инвесторы, инвестировавшие в качественные сельскохозяйственные активы, вероятно, окажутся в более выгодном положении благодаря основным фундаментальным трендам, а именно росту численности населения и развитие экономики. Инвесторы, покупающие сельскохозяйственные активы по сегодняшним ценам, в долгосрочной перспективе страхуют свои вложения от инфляционных тенденций и создают отличный задел для получения хорошей прибыли в будущем.

Литература:

1. Госпрограмма развития АПК на 2013–2020 гг. Программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.
2. Водяников В. Т. Экономика сельского хозяйства: Грив Министерства сельского хозяйства / изд. КолосС, 2008.
3. Лайкам К. Э. Сельское хозяйство и охота и охотничье хозяйство, лесоводство в России / изд. Федеральная служба гос. статистики Росстат. 2011.
4. Все об инвестировании (электронный ресурс) www.unelibert.ru
5. Инвестиции в сельское хозяйство перспективы или неопределенность и риски (электронный ресурс) www.vip.1-du.ru.

Методологические аспекты разработки прогноза развития пищевой промышленности

Емелина Татьяна Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент
Балашовский институт (филиал) Саратовского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского

Экономическое прогнозирование является необходимой основой для определения основных приоритетов экономической политики, для принятия соответствующих хозяйственных решений обеспечивающих развитие общественного производства в желаемом направлении, улучшении конечных результатов.

Прогнозирование развития пищевой промышленности на современном этапе не должно выходить из-под наблюдения государства, так как продовольственный рынок должен быть насыщен качественными продуктами и по доступным ценам, что, в свою очередь, характеризует эффективность предприятий. Прогнозирование развития пищевой промышленности может существенно способствовать выполнению социальных задач путем определения на основе выработанных прогнозов перспектив ее развития, способных удовлетворить население продуктами питания.

В современных условиях, условиях глобализации методы прогнозирования предполагают учитывать в наиболее полной мере меняющиеся условия внешней среды, изменения которой во многом определяет межстрановая интеграция, в частности вступление в ВТО.

Процесс разработки прогноза развития пищевой промышленности может включать несколько этапов (число этапов зависит от сложности проблемы).

1. Определение цели и задач прогнозирования. Необходимым условием для разработки прогноза в пищевой промышленности является получение информации. Поскольку процесс прогнозирования предшествует планированию, то данная информация будет необходима при разработке планов, программ, установления приоритетов государственного регулирования.

2. Определение состава прогнозных показателей. В каждом конкретном случае прогноз будет иметь свои особенности. Состав прогнозируемых показателей будет определяться потребностями в конкретных результатах прогнозирования.

3. Определение срока прогнозирования. Временной горизонт прогнозов может быть различным. Как правило, это связано с уровнем прогноза (для конкретного предприятия, предприятий областного или федерального уровня) и конкретных целей заказчика.

4. Далее необходимо провести анализ объекта прогнозирования. Изучить его главные факторы, зависимости, тенденции развития и т. д.

5. Предварительное определение типа и метода прогнозирования.

6. Выполнение проверочных прогнозных расчетов, что позволит определить адекватность выбранных методов, достаточность исходной информации.

7. Корректировка методов прогнозирования. Этап выполняется при необходимости и до тех пор, пока результаты прогнозирования не будут отвечать требованиям надежности и точности.

8. Выполнение прогнозных расчетов, их анализ.

9. Мониторинг спрогнозированного процесса. Прогноз должен постоянно отслеживаться и при необходимости обновляться, так как изменившаяся ситуация может потребовать изменений в выводах.

При осуществлении процесса прогнозирования необходимо учитывать различные факторы, оказывающие влияние на объект исследования. И чем большее число факторов будет учтено, тем точнее будет прогноз.

Спрос населения на продукты питания, его формирование — это одна из главных проблем прогнозирования развития пищевой промышленности, который находится под воздействием ряда факторов — экономических, демографических, социальных и др. К числу основных экономических факторов следует отнести денежный доход населения, уровень розничных цен. С ростом дохода повышается потребление более качественных товаров и следовательно, средняя цена покупки. Для большинства продовольственных товаров денежный доход является основным фактором, определяющим объем и структуру спроса. На объем спроса влияет изменение общего индекса розничных цен, а на структуру спроса в основном влияет изменение цен на отдельные товары. При изменении цены на данный товар изменяется в первую очередь, спрос на данный товар, а также на взаимозаменяемые и сопряженные товары. Интенсивность влияния на спрос изменений розничных цен зависит от степени удовлетворенности в них. Чем полнее удовлетворена потребность в том или ином товаре и чем насущнее эта потребность, тем менее интенсивно влияет изменение цены данного товара на величину спроса.

Демографические факторы — численность населения, его половозрастной состав, число семей, и т. д. Однако наиболее существенное влияние на величину спроса на продовольственные товары оказывают все же денежные доходы населения и уровень цен.

Факторы, влияющие на обеспечение предприятий пищевой промышленности сельскохозяйственным сырьем, топливно-энергетическими ресурсами и рабочей силой также должны быть учтены при прогнозировании. От достигнутого уровня использования ресурсов зависит эффективность производства, темпы экономического и социального развития отрасли.

Важным, при осуществлении процесса прогнозирования является выбор метода прогнозирования. Суще-



Рис. 1. Классификация интуитивных методов прогнозирования



Рис. 2. Классификация формализованных методов прогнозирования

ствуют различные классификации методов прогнозирования и каждый исследователь руководствуется своими признаками, подходами и критериями.

По степени формализации все методы прогнозирования условно делятся на две большие группы: интуитивные и формализованные. Интуитивные методы применяются в основном в тех случаях, когда экономическое явление не поддается математическому описанию, отсутствует необходимая статистическая выборка, отсутствуют квалифицированные кадры, возникли экстремальные ситуации и требуется принятие быстрых решений (рис. 1).

Формализованные методы применяются в тех случаях, когда имеется достаточная количественная информация об объекте прогнозирования и воздействие факторов можно описать математически. Формализованные методы делятся на две группы: методы экстраполяции и методы моделирования (рис. 2).

В силу многообразия факторов, влияющих на развитие пищевой промышленности, прогнозирование ее развития может осуществляться с помощью комплекса методов. Например, из наиболее распространенных методов прогнозирования спроса на продукты питания следует выде-

лить методы экстраполяции. Экстраполяция позволяет определить устойчивые тенденции на основе прошлого опыта, и перенести их в будущее.

Таким образом, пищевая промышленность представляет собой самостоятельный объект прогнозирования, имеющий свои отличительные черты, что позволяет использовать различные методы прогнозирования. Что, с одной стороны, повышает возможность достижения поставленных целей, в силу большого числа инструментов, а с другой стороны, затрудняет выбор метода прогнозирования. Дать однозначного ответа на вопрос, какой метод лучше, нельзя. Это зависит от цели прогнозирования, характеристики объекта, типа прогноза. Осуществляя процесс прогнозирования необходимо понимать сущность прогнозируемых процессов. Метод прогнозирования следует выбирать после анализа ситуации, ее закономерностей, определения тенденций. В некоторых случаях возможна комбинация различных методов.

В настоящее время необходимо уделять большое внимание системе прогнозирования, что позволит найти наиболее эффективные направления развития экономики, как в целом, так и в отдельных её отраслях.

Problems of innovative policy

Сунакбаев Шавкат Кахарович, магист-преподаватель

Международный казахско-турецкий университет имени Х. А. Ясауи (г. Туркестан, Республика Казахстан)

Interest to research of modern innovative processes in economy is dictated by value of technological development as factor of competitiveness of the companies and countries. Became obvious that efficiency of use of scientific and technical achievements is defined not only level of scientific researches and development, but also a complex of the certain technical, production, organizational, marketing, financial operations which are making innovative process and being its integral elements. Formation of innovative policy demanded creation of adequate information base, and the answer to it was development of essentially new direction of national statistics of the innovations, urged to reflect processes of creation, introductions and distributions in the market of new or advanced products, services and technological processes.

Adequate reflection of specifics of national economy and features of the organization of domestic statistics were under construction so that to provide the logician of statistical inspections of innovations, reaching thus the maximum compliance to the standardized recommendations of the leading international organizations OECD and Eurostat. We accepted the definitions used nowadays by the majority of the countries of the world, studying innovative activity. The end result of the innovative activity which has received an embodiment in the form of a new or advanced product or ser-

vice belongs to technological innovations, introduced in the market, new or advanced technological process or a way of production (transfer) of the services used in practical activities. The innovation is considered carried out if it is introduced in production or in the market.

For use of this definition in statistics and the analysis, and also expansions of structure of signs for identification of the innovation-active enterprises the concept of innovative activity is entered also. Its following main types are allocated: researches and development; technological preparation and production organization; production design; start-up of production and preproduction development, including modifications of a product and technological process, personnel retraining for application of new technologies and the equipment, and also a pilot run if further completion of a design is supposed; marketing of new products; acquisition immaterial (the rights for patents, licenses, a know-how, etc.) and substantiated (in the form of cars and the equipment) technologies.

Thus, technological innovations in the interpretation nowadays accepted in statistics unite as radical innovations, i.e. essentially new products and technologies, and less significant from the point of view of novelty of change in products and the productions, prime costs conducting, for example, to decrease, production improvement of quality.

Qualitative content of innovative processes also undergoes eventually changes. The extremely unstable dynamics of the indicators characterizing activity of the enterprises for separate types of innovative activity testifies to it. Owing to the general disorder of reproduction activities for creation of innovative reserves for the enterprises now not a priority: if earlier their greatest number was occupied with performance of researches and development, in 2008 their share was sharply reduced to 35 % of total number of the innovative enterprises. The similar situation makes negative impact on all innovative process, conducts to degradation of scientific and technical capacity of the industry, decrease in quality and level of novelty of carried-out innovations, loss by the independence enterprises in creation of innovations. When developing ready innovations only a third of the enterprises partially use services of the third-party organizations, another 19 % completely rely on them.

Present reference points of innovative activity are caused by insufficient competitiveness of domestic goods for a wide entry into the world markets. The enterprises in a bigger measure are inclined to production diversification, introduction of import-substituting production for fast satisfaction of internal demand.

Preservation of positions of domestic producers in domestic market is connected also with introduction of import-substituting production that is one more factor having essential impact on innovative strategy. The purposes of creation of new sales markets abroad had the smallest rating among other problems of innovative activity. So, advance of innovative production only 14 % of the enterprises which were carrying out innovations, for the markets of South East Asia planned 3, 1 % for the markets of CIS countries 5, 6, Western Europe 4, 7, and the USA and Canada only.

In structure of expenses for technological innovations sharp disproportions between separate types of innovative activity are observed. Here obviously the expenses connected with introduction of innovations, reaching nearly 60 % of the general innovative expenses and including production design, technological preparation of production, and also acquisition of necessary cars and the equipment dominate. At the same time hardly sufficient it is possible to consider costs of acquisition of patent licenses (0, 4 %), training and personnel preparation (0, 4 %), market researches (0, 5 %).

At the heart of low productivity of innovations the complex of factors lies. The unstable economic situation in the country complicates a reliable assessment of demand for innovative production even on short-term prospect. Sometimes need for similar production can disappear even before its emergence in the market. In total with insufficient experience of market researches the called factors serve as a serious obstacle on a way of advance of new products to the consumer in domestic market. And low level of competitiveness of innovative production and services complicates their advance on foreign markets.

The analysis of use of various sources of information for implementation of innovations testifies that the highest rat-

ings have internal sources at the enterprises. Most their part is compelled to count mainly on own forces. The similar situation remains for all last years, it is characteristic almost for all industries, excepting a number of the productions connected mainly with consumer goods (the textile, furniture industry) where the greatest distribution was gained by such source of information as exhibitions, fairs, other advertizing means. Presentation and relative availability put them in a row most used sources of information for implementation of innovative activity. On an equal basis with it is quoted also such, as opinion of consumers, as the most total and objective characteristic of internal demand for this production.

The factors interfering innovative activity can be divided into two main groups economic and production. The greatest influence is made by economic difficulties, first of all a lack of own money; the rating of this factor reaches the second year the highest values. Affect also insufficient financial support from the state, the considerable cost of innovations, low solvent demand for new products, high economic risk and long payback periods of innovations [1].

Among the factors of production character interfering innovations, the greatest concern causes the low innovative capacity of the enterprise. In general, on the production reasons of the enterprise point less than to the economic. The lack of information on the new technologies, almost total absence of information on sales markets and insufficient opportunities for cooperation with other enterprises and the scientific organizations all these negative circumstances are a consequence of a rupture of the developed in pre-perestroika times productive and economic and information communications. Recession of industrial production caused outflow of qualified personnel, and many respondents note their shortcoming as one more serious factor interfering innovations.

In total specified factors interfered with promotion of nearly 5000 innovative projects from which 39 % were long detained, 27 are stopped or at all stopped, and 34 % aren't begun even not.

Features of innovative activity in a services sector which in innovative activity is presented, generally two branches communication and financial mediation. From the organizations surveyed by us development and deployment of technological innovations in 2008 was carried out only by 2,4 %, i.e. the domestic sector of services is characterized by lower level of innovative activity, than the industry. The highest size of this indicator belongs to communication branch 5, 5 %, for it are necessary nearly 90 % of all innovative expenses in this sector of economy.

At the same time the analysis testifies to higher level of novelty of innovations in the sphere of small business in comparison with large and average. Confirmation to that is a considerable share of the small enterprises which are carrying out scientific researches and development in connection with estimated innovations. In 2010 a half of small enterprises was engaged in scientific activity, and at large and medium-sized enterprises this size made 35 %. Innovations help small enterprises to achieve competitive advantages in

the market, promoting the solution of their main objective to providing consumers with more quality goods, and it is desirable for the acceptable price, at the minimum costs of production. In this regard one more very characteristic line for small enterprises is highlighted: rather high productivity of innovative activity. At the small enterprises which have relied on concrete innovations, the indicator of specific weight of innovative production in a total amount of the shipped makes quite high size for our economy, almost by 4 times exceeding a similar indicator of the medium-sized and large enterprises.

Summing up the results told, it is possible to establish that fact that modern development of innovative processes is in all branches of national economy while at very low level.

References:

1. OECD, Eurostat (2010), Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data: Oslo Manual, Paris.

Маркетинговое исследование рынка сельскохозяйственной продукции и его сегментация

Тузелбаева Индира Нурлатовна, кандидат экономических наук, профессор
Актауский транспортный колледж Казахской Академии транспорта и коммуникаций им. М. Тынышпаева (Республика Казахстан)

Сельскохозяйственное производство, как и любая другая отрасль экономики, подчиняется основным экономическим законам в пределах любой экономической системы. В нынешних условиях, когда переход к рыночным отношениям и предоставление сельхозтоваропроизводителям предпринимательской свободы привели к демонтажу существовавшего в планово-распределительной экономике механизма хозяйствования, товаропроизводители вынуждены многие функции в сфере планирования, ценообразования, изучения рынка и т. д. переводить в рамки своей компетенции и стратегических интересов.

Необходимость самостоятельного поиска предприятиями АПК рынков сбыта произведенной продукции вызывает потребность в применении стратегического маркетингового инструментария.

За последнее время маркетинг значительно эволюционировал: возникнув первоначально как деятельность по распространению и сбыту товаров, он постепенно превратился во всестороннюю систему принципов, на основе которых предприятия могут устанавливать производственно-экономические связи. Это дает основание для утверждения о формировании маркетинга взаимодействия. [1]

В условиях меняющихся запросов и потребностей покупателей все более актуальным становится их учет в процессе производства и реализации сельскохозяйственной продукции, что обуславливает необходимость постепенного обновления производства и повышения качества продукции.

To it testify: low indicators of level of innovative activity, volumes of expenses for technological innovations and their productivity, insufficient use of scientific capacity of the country, backwardness of innovative infrastructure. It is obvious that independence and an initiative of the enterprises in advance of innovations have paramount value. At the same time, considering rigid character of the carried-out economic reforms, the indifference of legislative and executive power observed today to proceeding innovative processes is represented inadmissible. It is necessary to provide, first of all, more essential support of the state, and also adoption of the laws providing real guarantees and incentives for domestic and foreign investments into innovative activity.

В свете современных представлений любое предприятие, хозяйствующее в сфере агропромышленного производства, должно тяготеть к глубокому изучению возможностей как собственного производства, так и конкурентов. Это позволяет, как показывает практика, занять предприятиям, осуществляющим такой анализ, определенное, достаточно устойчивое положение на рынке. При этом следует разработать стратегию маркетинга, ориентированную на определенные сегменты рынка, и обеспечивать реализацию конкурентных преимуществ на фоне других предприятий — производителей аналогичной продукции. При этом для предприятий АПК целесообразным представляется использование соответствующей системы информации для анализа рынка. Собранная информация используется по разным каналам, в том числе и для сегментации рынка сельхозпродукции. [2]

Сегментация рынка заключается в разделении рынков на четкие группы покупателей (рыночные сегменты), которые могут требовать разные продукты и к которым необходимо прилагать разные маркетинговые усилия, Фирма определяет разные способы сегментирования рынка, составляет профили полученных сегментов и оценивает степень привлекательности каждого из них.

Анализ рыночного сегмента — это отслеживание колебаний в спросе и объяснение, почему они происходят (что, в свою очередь, предопределяет удовлетворение потребителя). Следовательно, этот аспект конкурентной рациональности предприятия не менее важен, чем уяснение

структуры издержек. То, какое представление предприятие имеет о своих покупателях и как оно их сегментирует, является основанием для разработки и позиционирования изделий на целевом рынке, что в конечном итоге и определяет объем продаж и прибыли.

Предприятие, имеющее наиболее эффективную и рациональную модель сегментации, будет более конкурентоспособным, даже если оно не разработало выпускаемый ею товар и не оно является наиболее дешевым производителем. Таким образом, более эффективная модель сегментации поможет предприятию овладеть рынком³.

Сегментация рынка сельхозпродукции и позиционирование сельскохозяйственных изделий создают возможность ориентировать структуры, входящие в отдельное агропредприятие или в какую-либо кооперационно-интегрированную его форму, на конкретные потребности отдельных групп (сегментов) потребителей и направлять их усилия на удовлетворение этих потребностей. Необходимым условием для любой хозяйственной единицы является выборка наиболее выгодного одного или нескольких стратегических сегментов рыночного пространства, проведя их сравнительный анализ. [3]

В целях оптимальной эффективности предприятиям аграрной сферы нецелесообразно в условиях отсутствия свободных финансовых средств и времени проводить глубокую сегментацию на основе многофакторного сегментирования. Такой подход может быть под силу крупным научно-исследовательским центрам. Процесс определения «целевого сегмента» подводит к применению критериев сегментирования. [4]

Критерий сегментирования — это фактор, по которому оценивается обоснованность выбора того или иного сегмента для предприятия. Наиболее распространенные критерии сегментирования: количественные параметры сегмента (емкость сегмента); доступность сегмента для предприятия; существенность сегмента: доходность; совместимость сегмента с рынком основных конкурентов; эффективность работы на выбранном сегменте рынка; защищенность выбранного сегмента от конкуренции.

Сегментация как элемент стратегического маркетинга предопределяет прежде всего изучение потребителя в постоянно меняющейся рыночной среде. Данное явление в первую очередь несет в себе практическую актуальность на фоне нарастающей конкуренции на продовольственных рынках аграрной продукции.

Исследование потребителей позволяет определить и проанализировать комплекс факторов, которыми руководствуются потребители при покупке сельхозпродукции.

Благодаря разделению рынков на сегменты открывается возможность приводить в соответствие емкость рынка (точнее, емкость суммы сегментов всех рынков) и производственные мощности предприятий. Более достоверным становится и прогнозирование (например, если сельскохозяйственная продукция рассчитана для по-

ставки в школы, емкость такого сегмента можно рассчитать с очень большой точностью и определить его перспективы, опираясь на отчеты статистических органов и политику в области просвещения, проводимую местными властями и правительством).

Обеспеченность информацией о состоянии рынка определенного продукта является определяющим фактором успешного функционирования любого сельскохозяйственного предприятия. Процесс сбора подобной информации в целях выявления одного или нескольких сегментов является для одного конкретного предприятия или их интегральной формы объединения стратегическим конъюнктуроформирующим индикатором.

Сегментацию сельскохозяйственного рынка целесообразно проводить по двум группам: индивидуальные пользователи и промышленные потребители. Последние также важны с точки зрения маркетинга. На рынках сельхозпродукции, где категорию покупателей представляют другие предприятия (часто называемые заказчиками), сегментация прежде всего проводится по таким очевидным критериям, как масштаб организации заказчика и потенциал его роста.⁵ Организациями-заказчиками здесь могут выступать предприятия перерабатывающей промышленности, предприятия комбикормовой промышленности, государственные заготовительные организации, поставляющие сельскохозяйственную продукцию в государственные продовольственные фонды и т. д. Например, для производителей скотоводческой продукции может быть использована следующая сегментация рынка индустриальных потребностей: сельскохозяйственные предприятия, кожевенные заводы, перерабатывающие предприятия, предприятия оптовой и розничной торговли, государственные предприятия и учреждения. Так как скотоводческие хозяйства реализуют свою продукцию, главным образом, на рынке промышленных потребителей, то оценка этого рынка с точки зрения маркетинга имеет большое значение. Здесь больше времени занимают переговоры, широко распространены прямые связи, тогда как закупки производятся реже.

Каждое агропромышленное предприятие в зависимости от реализуемых товаров и особенностей их потребления в состоянии разработать собственные правила (подходы) сегментации. Успешно проведенная сегментация позволит получать хорошие коммерческие результаты и экономию средств, предназначенных для проведения маркетинговых мероприятий, особенно по ФОССТИС.

Выбор рыночных целей и эффективное управление формированием и контролем стратегии маркетинга являются производными в результате анализа рыночных возможностей предприятия и требуют проведения тщательного анализа и прогноза спроса потребителей на конкретную сельскохозяйственную продукцию. [5]

В данном случае катализатором исследуемых явлений, как неотъемлемый элемент маркетинга, может также вы-

ступать рыночная сегментация, представляющая собой управленческий подход к выбору рыночных целей и определения рыночного потенциала.

Для оценки доступности сегмента рынка предприятие должно получить информацию о том, есть ли принципи-

альная возможность начать внедрение и продвижение своих товаров на том или ином рынка, можно ли преодолеть барьеры входа, доступна ли и насколько эффективно действует сбытовая сеть, какие стимулы воспринимает потребитель.

Литература:

1. Багисв ГЛ., Тарасович В М, Анн Х. Маркетинг. — М: «Экономика». — 2001.
2. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой, Ю. Каптуревского. — СПб.: Питер Ком, 2000.
3. Логинов Д. А. Организация и развитие маркетинговой деятельности в агропромышленном комплексе. — М.: Агропрогресс, 2003.
4. Дэй Д. Стратегический маркетинг. — М.: Изд. ЭКСМО-Пресс, 2002.

3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Формирование экономической культуры у студентов — залог развития государства

Абдрахманова Асем Майдановна, магистр педагогики и психологии
Актюбинский колледж экономики, статистики и информатики (Казахстан)

Досмуханова Айна Куандыковна, преподаватель
Актюбинский финансово-экономический колледж (Казахстан)

Самое главное — есть завтрашний день, еще более светлый и содержательный, чем день сегодняшний.

Н. А. Назарбаев

В условиях складывающейся жесткой конкуренции на рынке труда обостряются проблемы, связанные с профессиональной подготовкой педагогических кадров, непрерывным совершенствованием ими знаний, умений и навыков трудовой деятельности. Одним из этапов непрерывного педагогического образования является всестороннее развитие будущего педагога, формирование его общей культуры. Вместе с тем исследование феномена социально-экономической культуры (и условий реализации процесса ее формирования) как части общей культуры будущего педагога позволит, на мой взгляд, изменить принципиальную направленность и содержания, и форм организации учебно-воспитательного процесса.

Само по себе формирование экономической культуры — задача чрезвычайно сложная. В качестве методологических оснований формирования социально-экономической культуры будущего специалиста необходимо выделить следующие подходы:

— исторический, когда понятие «культура» рассматривается с точки зрения ее диалектической роли в развитии общественного устройства;

— культурологический, позволяющий анализировать данный феномен с учетом социально-экономических и культурных процессов в прошлом, настоящем и будущем;

— системно-целостный, когда все компоненты непрерывного педагогического образования рассматриваются как взаимосвязанные, представляющие целостную целенаправленно развивающуюся систему;

— деятельностный, позволяющий при подготовке будущих специалистов реализовать важнейший принцип педагогики — единство теории и практики;

— аксиологический, предполагающий ориентацию на общечеловеческие, национальные и профессиональные ценности, ценностную направленность в профессионально-педагогической деятельности;

— социокультурный, в контексте которого общество понимается как единство культуры и социальности, образуемое деятельностью человека;

— компетентностный, имеющий в виду сформированность различных видов компетентности.

Современная стратегия модернизации казахстанского образования во многом задает и основную цель профессионального образования: подготовка специалиста, конкурентоспособного на рынке труда. Очевидно, что такой специалист должен обладать глубокими теоретическими знаниями не только в сфере своей профессиональной деятельности, но и в области социально-экономического знания.

Впрочем, аналогичная тенденция характерна для всех промышленно развитых стран мира. Так, Великобритания и США одними из первых провели ряд реформ в образовании, нацеленных на формирование умения учащихся не только «преподнести», но и «продать» свои знания, умения и предприимчивость на глобальном рынке труда.

В данном случае для нас особый интерес представляет опыт развития образования в Великобритании. С 20-х гг. XX в. система образования в стране была децентрализованной. Движение за создание общего содержания образования началось в Великобритании в едином национальном содержании, и была воплощена в законе о реформе образования в 1988 г. Цель реформы была связана с повышением качества образования в стране. Формулировалась она следующим образом: «Неуклонно повышать уровень образования, причем, по крайней мере, также быстро, как он растет в странах-соперницах». Необходимость такого решения была вызвана тем, что система образования вынуждена была всё больше ориентироваться на перспективные потребности рынка труда, формировать стратегическое видение своего развития с учетом этих потребностей и глобальных тенденций,

определяющих появление новых и изменение существующих рынков квалифицированных специалистов.

В США в системе образования иницирующая роль в значительной степени принадлежит обществу, а не государству. Общество, представленное в виде спроса на рынке труда, доводит свои потребности до вузов и контролирует качество подготовки студентов. В каждом штате действуют службы содействия трудоустройству выпускников.

Учебные программы США, а также в целом всего профессионального образования, разработаны таким образом, чтобы рынок труда страны стабильно и в достаточном объеме пополнялся рабочей силой необходимой квалификации и специализации. В программах много внимания уделяется формированию умений принимать экономические решения.

Складывается впечатление, что в последние десятилетия развитие образования в США весьма позитивно сказывается на экономическом развитии страны, прежде всего в части формирования главного экономического ресурса общества — человеческого капитала.

В Японии политика преобразований в образовании рассматривается в неразрывной связи с национальной политикой в целом, связанной с происходящими в стране переменами. Задачи, решаемые университетами Японии, связаны с созданием насыщенной образовательной среды, ориентированной на самые разные и сложные политические, экономические и социальные потребности общества. Учебные заведения Японии расширяют связи с предпринимательским сектором. Вся система подготовки специалиста «работает» под заказ общества, на воспитание экономического мышления выпускников.

Таким образом, хотя системы образования разных стран значительно отличаются друг от друга, но для них характерно и наличие немалого числа общих проблем, отражающих тенденции развития системы образования в мире, что определяет и общность основных направлений преобразований в разных странах. Главные причины серьезных изменений в области образования за последние два-три десятилетия — научно-техническая революция, а в более широком плане — экономика.

Структурные сдвиги в стране приводят к глубоким изменениям профессионально-квалификационного состава населения. Изменения производственной структуры невозможны без эффективно функционирующей системы образования; которое готовит политическую и интеллектуальную элиту, необходимую для управления социально-экономическими процессами.

Организация экономического образования, направленное на формирование экономической культуры личности, предполагает многолетний период осмысления, разработку программы действий в масштабе всей страны

и конкретных образовательных учреждений.

Для казахстанской педагогики проблема формирования экономической культуры, экономического мышления, социально и экономически ориентированной деятельности учащихся, безусловно, относится к числу важнейших задач подготовки будущих специалистов. Во многом это обусловлено тем, что экономическая культура выступает важным фактором социально-экономического прогресса, поскольку ее непосредственная функция — повышение экономической и социальной эффективности общественного производства.

В настоящее время система образования в Казахстане развивается в русле рыночных преобразований. Основным фактором обновления и совершенствования профессионального образования также выступают запросы развития экономики и социальной сферы, науки, новых современных технологий, рынка труда, а также перспективные потребности их развития.

Одна из важнейших проблем отечественного образования видится в несоответствии уровня выпускаемых специалистов потребностям общества, динамике социально-экономического развития страны. Сложившийся рынок труда еще не стабилен, подвержен конъюнктурным колебаниям. Вместе с тем система образования уже должна соответствующим образом реагировать на происходящие перемены. Но сегодня профессиональное образование пока не готово решить проблему «кадрового голода», обусловленного новыми требованиями к уровню подготовки специалистов.

Одна из новых задач видится в такой подготовке студентов, которая обеспечила бы их востребованность на рынке труда, служила гарантией трудоустройства. Но на практике большинство образовательных учреждений все еще приобщает будущих специалистов к жесткой системе знаний, умений и навыков, исключая формирование потребности в профессиональном становлении и самоопределении, не учитывают современные требования профессиональной среды. Такой подход не гарантирует выпускникам социальную защиту, не готовит их к жизни в условиях рынка.

В своем Послании 2012 года Президент Республики Казахстан охватил все основные направления и расставил приоритеты текущей социально-экономической жизни нашей страны. Для нас особенно важны акценты на дальнейшем развитии образования. В первую очередь, это функциональная подготовка будущих специалистов, внедрение новых технологий обучения и, самое важное для нас, — подготовка квалифицированных кадров международного уровня, гармонично и всесторонне развитых. Это возлагает на нас, преподавателей, огромную ответственность и определяет новые задачи и направления.

Литература:

1. Воскресенская Н. М. Опыт разработки стандартов образования в зарубежных странах // Вопросы образования. — 2004. — № 3. — С. 143–161.

2. Карташевич А. Н., Носкова С. А., Скикевич Т. И. Высшее образование в США // Педагогика. — 2004. — N 3. — С. 93–95.
3. Юхиро Анзай. Университетская реформа в Японии: состояние и перспективы // Alma mater (Вестник высшей школы). — 2003. — N 8. — С. 39–42.

Математические методы как основа стратегии игры в покер

Давлетханов Рамиль Наилевич, студент

Финансовый университет при Правительстве РФ, Уфимский филиал (Башкортостан)

Покер — это игра, основанная на психологических решениях, где люди делают ставки и блефуют. Казалось бы, в ней нет математики? Неверно! В то время как на высоком уровне названные элементы заслоняют собой математическую составляющую, каждый игрок в курсе, что в покер построен на математике. Есть игроки, которые подсчитывают математические шансы своих решений все время и чувствуют себя правыми. «Математика покера» может показаться сложной на первый взгляд, но как только человек получает представление об этом, все становится простым.

Техасский Холдем — это игра, основанная на теории вероятности. Каждая разыгрываемая вами рука, каждая сделанная вами ставка и каждое принимаемое решение следует оценить с точки зрения шансов этого действия на успех.

Ключевой момент, который следует помнить при использовании математики в покере, заключается в том, что решения, которые вы приняли за покерным столом, не будут иметь влияние на ваш выигрыш в краткосрочной перспективе.

Просто потому, что вы правильно посчитали шансы на выигрыш в конкретной руке и сделали правильный колл, вовсе не означает, что вы должны были выиграть задачу. Это также не означает, что вы приняли неверное решение, если вы проиграли. Если продолжают принимать правильные решения на основе шансов, вы обязательно будете выигрывать, поэтому постарайтесь не допустить, чтобы результаты в краткосрочной перспективе оказывали влияние на вашу игру.

Эта стратегия требует совершения элементарных математических действий и составления простых уравнений. При этом не обязательно понимать суть производимых расчетов, главное — помнить, что они позволяют вам рассчитать свои шансы и, как следствие, чувствовать себя в игре уверенно.

Так, чтобы ответить на ставку, следует оценить «предложение банка», то есть сравнить сумму денег в банке с той, которую предстоит внести вам, чтобы остаться в игре.

Принимая решение о том, стоит ли вам коллировать, следует сравнить полученное число шансов банка с расчетным показателем эквити (вероятности взятия банка).

Если эквити ниже числа банка, такой колл считается хорошим.

Предположим, что вы играете с банком \$40 и игрок перед вами ставит \$10. Чтобы продолжить игру вам потребуется заплатить \$10, чтобы иметь возможность выиграть \$50, что означает шансы банка 5 к 1. Для того, чтобы узнать шансы банка, необходимо разделить текущий размер банка (учитывая все ставки и рейзы до вас) и разделить на сумму, которую вы должны урвать. Чем больше шансы банка, тем лучше для вас, поскольку чем больше эти шансы, тем более слабыми руками вы можете позволить себе играть.

Математика в покере может быть использована в большом количестве различных ситуаций. Наиболее частая ситуация использования математики в покере — расчет эквити с руками дро (флеш дро или стрит дро). Когда ваш оппонент делает ставку и вы, имея на руках руку дро, не знаете, должны ли сейчас делать колл в надежде получить нужную карту, или же вы должны сбросить свои карты в пас и отдать этот банк оппоненту.

В этой ситуации игрок, который знаком с математикой покера, всегда знает, что ему стоит делать. В то время как игрок, не знакомый с математикой покера, будет принимать решения, основываясь на «чуйке» и будет проигрывать.

Особенности и преимущества покер стратегии SSS

Стратегия доказана математически, и работает независимо от того, насколько хорошо играют оппоненты. Против данной стратегии нет.

Данную покер стратегию легко освоить даже новичку, только начинающему знакомиться с покером. Основные решения описываются простыми правилами. После получения определенного опыта, стратегия позволяет совершенствование для повышения выигрышей, но плюсовая игра на дистанции обеспечена уже с самого начала.

Идеальна для многостоловой игры. Поскольку играется лишь небольшое число лучших рук, игрок имеет время для наблюдения особенностей игры оппонентов и повышения числа играемых столов. А значит, за то же время он выигрывает больше, легче отыгрывает бонусы, получает больший кешбек и т. д.

Базовая математическая стратегия

Базовая стратегия основана на простом сравнении шансов выиграть и выгодой от пота — соотношения количества фишек, необходимых вам для того, чтобы доложить их в банк и остаться в игре, к самому банку. Суть тактики заключается в том, что если шанс выиграть больше выгоды от пота, то надо продолжать игру, в противном случае сбрасывать карты.

Однако не рекомендую всецело полагаться на данную стратегию по двум причинам: во-первых, данная тактика в этой статье упрощена, с целью объяснить новичкам покера суть самой стратегии; во-вторых, опытные игроки, разгадав в вас математика, будут специально ставить такие ставки, чтобы либо выкинуть вас из игры побыстрее, либо наоборот выжать максимум фишек.

Новичку покера не понятно, почему так важна математика в покере? А важна она потому, что важно оценить правильно реальность победы, необходим точный расчет такого шанса. Это помогает решить какую ставку делать или не делать вообще. Шанс собрать нужную комбинацию основывается на математическом ожидании выигрыша.

Что такое математика ожидания в покере?

Математика ожидания в покере — это то количество фишек, которое в среднем выигрывается во время игры. Это количество просчитывается на основе принимаемых решений при аналогичных ситуациях. То есть вы просчи-

Литература:

1. «Покер для начинающих» Автор: Роман Шапошников. Год: 2009
2. «Покер. Курс Техасского Холдема» Автор: Роман Шапошников, Сергей Колыхма. Год: 2008.

Экономическая целесообразность: философский и юридический аспекты понятия

Симаков Олег Олегович, аспирант

Академия ФСИН России, Институт подготовки государственных и муниципальных служащих (г. Рязань)

В философском понимании целесообразность (от лат. Finalis — направленный к определенной цели) трактуется как целевая определенность (в противоположность каузальности — причинной определенности), целенаправленность, когда лежащую в основе цель характеризуют как конечную причину (causa finalis) [8]. Целесообразность возможна, поскольку ход мировых событий везде каузально детерминирован, тем самым поддается исчислению внутри известных границ и может направляться целеполагающим сознанием.

Целесообразность в словаре русских синонимов определяется как желательность, полезность, разум-

ность, уместность, трезвость, рациональность, соответствие [7].

тываете, сколько сможете выиграть, если одна и та же ситуация будет повторяться за столом несколько раз. Иными словами игрок за столом должен просчитать, какие комбинации окажутся у него на руках. Это важно — будет та или другая. Но этого мало, необходимо еще просчитать, как в процессе игры эти комбинации улучшить. Данные просчеты должны происходить на основе наблюдений за остальными игроками. Математика покера предполагает, также как и в других областях знаний, определенную закономерность выпадения тех или иных комбинаций. Основана на теории вероятности.

Кроме того, можно просчитать вашу комбинацию на основе первоначальных карт. Конечно же, освоить покерную математику не так-то уж и сложно. Как говорят опытные игроки, для этого достаточно знать азы этой на первый взгляд трудной науки.

КАК НЕ ПРОИГРЫВАТЬ В ПОКЕРЕ?!

В завершении своей статьи хочу добавить что покер — игра глубочайшая, возможно, сложнее шахмат. Поэтому, покер значительно богаче той достаточно простой стратегии, которой я вам рассказываю. Но принимая к действию различные вычитанные советы, не забудьте сначала задуматься об их применимости к вашим условиям игры. Всегда разбейтесь, идет ли речь о коротких или длинных столах. О кэш игре или турнирах. Поэтому помните, что скрестить бульдога с носорогом не получится, и не все советы следует внедрять в свою игру с коротким стеком.

Целесообразность раскрывается через соответствие явления или процесса определенному (относительно завершенному) состоянию, материальная или идеальная модель которого представляется в качестве цели. Целесообразность рассматривается, с одной стороны, как имманентная (внутренняя) взаимосвязь объекта самого по себе, а с другой — как некоторое отношение в сфере взаимодействия объекта и субъекта. Отношение целесообразности, характерное для человеческой деятельности, вместе с тем может выступать в качестве научного прин-

ципа исследования структуры и функций саморегулируемых и эквивифинальных систем (т.е. систем, способных достигать одинакового конечного результата независимо от начальных условий).

Принцип целесообразности «открывает нашему разуму, применяемому к сфере опыта, совершенно новую перспективу — связать вещи в мире согласно телеологическим законам и тем самым дойти до их наибольшего систематического единства» [2]. «Рефлектирующая» способность суждения, к которой Э.И. Кант отнес всю область рассмотрения целесообразных форм природы, применяется, согласно Э.И. Канту, не только к этой области. Другая сфера ее применения — суждение о прекрасном и об эстетических свойствах произведений искусства.

Генетические аспекты понятия целесообразности разрабатывались в трудах выдающихся материалистов. К. Маркс и Ф. Энгельс связывали с целеполаганием в контексте целесообразности существенные элементы человеческой деятельности, такие как мыслительные процессы, саму предметную деятельность человека, прежде всего — процесс труда [5]. В.И. Ленин в качестве основы целесообразной деятельности человека выделял законы внешнего мира, природы [4].

Паата Леиашвили в работе «Экономическая деятельность: телеологический анализ» дает такое определение целесообразной деятельности — это деятельность, регулируемая разумом и волей человека [3]. «Разумная воля» в понимании Г.В.Ф. Гегеля — это инстанция, стоящая над осознанными потребностями [1]. Воля принимает решение, какие из осознанных потребностей удовлетворить, и от каких воздержаться. У человека много различных потребностей, которые им осознаны. Многие из них противоречат друг другу или же неприемлемы для него по каким-либо соображениям (экономическим, нравственным, эстетическим, религиозным и др.). Для удовлетворения осознанных потребностей недостаточно существования самих потребностей. Сами они не могут удовлетворяться. Иначе, это была бы неосознанная (непроизвольная, инстинктивная) деятельность. Надо, чтобы воля приняла решение удовлетворить именно эту, а не другую потребность. Помимо самой потребности необходимо еще и наличие желания удовлетворить ее. Воля примет такое решение только после одобрения разума, который, в процессе мотивации, руководствуется не случайными, сиюминутными, а общими, разумными потребностями «Я». Соответственно, принимаемые волей решения основаны не на калькуляции чувства комфорта и дискомфорта, а на доводах и оценках разума, исходящего из общих интересов субъекта.

Даже такие витальные потребности как голод, жажда и др., человек удовлетворяет через целесообразную деятельность, то есть осознанно, ибо ставит цель. Это значит, что даже эти потребности он удовлетворяет лишь после того, как осознает, что их удовлетворение соответствует его жизненно важным интересам, является частью его понимания благосостояния. И в случае, если нет такого со-

ответствия, субъект может воздержаться от удовлетворения этих потребностей, т.е. подчиняется своему разуму, а не чувствам. Именно поэтому, субъект способен делать то, что не хочет, или не делать то, что хочет, т.е. делая или не делая, что либо, во всех случаях он должен сделать выбор. Удовлетворить одну потребность возможно, лишь отказавшись от удовлетворения других. Субъект желает реализовать цель, но не желает расходовать средства. Это и создает стимулы оптимизации расходования ресурсов, иначе оптимизация была бы невозможна.

Благодаря решениям «разумной воли» средства приводятся во взаимодействие друг с другом так, чтобы результат их взаимодействия соответствовал поставленной цели. Однако некоторые объекты, необходимые для удовлетворения потребностей, ограничены, другие — неограниченны. Они ограничены или неограниченны в субъективном смысле. Количество одних объектов, находящихся в распоряжении субъекта, достаточно для полного удовлетворения потребностей, других — недостаточно. К первым субъект относится не бережно, их расходы не калькулируются, они воспринимаются лишь как необходимые условия удовлетворения потребностей. Ко вторым отношение бережное, он калькулирует их расходы, они воспринимаются им как средства. Если для удовлетворения потребностей существуют средства и условия, то на основе осознанных потребностей субъект формирует цели. В качестве целей ставятся лишь возможные для реализации цели, то есть актуальные цели. Потребности, которые невозможно удовлетворить при существующих условиях и имеющихся средствах, относятся к сфере потенциальных целей (или несбыточных мечтаний), не являющихся реальными стимулами целесообразных действий. При этом средства и условия — это феномены самой действительности. Поэтому, сама действительность воспринимается субъектом сквозь призму его потребностей, т.е. как совокупность средств и условий, необходимых для реализации его целей. У него «инструментальное» отношение к действительности.

Деятельность состоит из действий. Структурными компонентами действия являются цель, средство, результат. Цель — это неудовлетворенная потребность. Вместе с тем, это осознанная потребность, удовлетворяемая исключительно через целесообразную деятельность, следовательно, через затраты средств. Удовлетворение потребности должно быть «оплачено» соответствующими средствами. Поскольку за удовлетворение потребности надо «платить» средствами, то целеполагание сводится к выбору между средствами и результатами. Одни и те же объекты могут служить средствами для различных потенциальных целей. Из этого множества целей субъект должен выбрать одну и отказаться от других. Ибо средства ограничены и их недостаточно для реализации всех возможных целей. Следовательно, целеполагание подразумевает, выбор между альтернативными целями, а значит, и между альтернативными результатами. Ставить цель — уже значит делать выбор. (Леиашвили П., там же)

Попеску С. рассматривая юридический аспект экономической целесообразности, указывает на то, что в доктрине экономической целесообразности «отправной точкой» является содержащееся в Гражданском кодексе РФ определение предпринимательства (п. 1 ст. 2), а также законодательное определение расходов (п. 1 ст. 252 НК РФ). Предпринимательская деятельность, как известно, имеет несколько признаков: самостоятельность, систематичность, рискованный характер, установленная законом регистрация и, самое главное, направленность на получение прибыли. Именно последний признак оказывается основным, когда суды, проверяя экономическую целесообразность расходов налогоплательщика, устанавливают, были ли произведенные расходы направлены на осуществление деятельности, которая привела к получению доходов, или нет.

Юридическая составляющая компонента экономической целесообразности, регулирующие меры по уменьшению налоговой базы, в том числе, путем использования иностранных (нерезидентных) структур, ориентирует на то, что «всегда необходимо иметь в виду (и быть готовым доказать), что конкретная сделка, ряд сделок или деятельность в целом должны отвечать принципу экономической целесообразности — то есть направлены на получение прибыли, а произведенные расходы являются обоснованными

(то есть экономически оправданными), подтверждены юридически корректными документами и, опять же, произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода» [6].

Таким образом, проблема экономической эффективности, являясь важнейшей проблемой экономики, имеет междисциплинарный характер. Понятие экономической эффективности является важнейшим показателем хозяйственной деятельности как на микро-, так и на макроуровне и предполагает постоянное соизмерение результатов и затрат, определение наиболее эффективного варианта действий. В общем виде эффективность означает осуществление какого-либо процесса с минимальными затратами, усилиями и потерями. Экономическая эффективность показатель, определяемый соотношением экономического эффекта (результата) и затрат, породивших этот эффект (результат). Иными словами, чем меньше объем затрат и чем больше величина результата хозяйственной деятельности, тем выше эффективность. Важнейшими условиями достижения экономической эффективности является реализация философского (законы внешнего мира, природы, закономерности протекания человеческой деятельности) и юридического (соответствие законодательству и корректное сопровождение юридическими документами) компонентов.

Литература:

1. Гегель Г.В.Ф. Эстетика. Т.2. М., 1969, с. 289.
2. Кант Э.И. Сочинения в шести томах, т. 3, М., 1964, с. 581–582.
3. Леиашвили П. Экономическая деятельность: телеологический анализ, 2010. <http://knigi-uchebniki.com/predpriyatiy-ekonomika/tselesoobraznaya-deyatelnost.html>.
4. Ленин В.И. Полное собрание соч., 5 изд., т. 29, с. 171.
5. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2 изд., т. 23, с. 189.
6. Попеску С. Юридические споры об экономической целесообразности. <http://www.audit-it.ru/articles/account/court/a53/666109.html>.
7. Словарь русских синонимов. http://enc-dic.com/enc_sovet/Celesoobraznost-97617.html.
8. Философский словарь. <http://enc-dic.com/brokgause/Celesoobraznost-37310.html>.

4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

Новые подходы в стратегическом планировании деятельности предприятий

Волкова Надежда Васильевна, кандидат экономических наук, доцент;
Гузикова Людмила Александровна, доктор экономических наук, доцент
Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Ключевые слова: экономическое развитие, стратегическое планирование, инновационный процесс.

Тенденции в развитии мировой экономики свидетельствуют о растущем значении инновационного фактора в экономическом развитии. Большинство исследователей считают, что инновации превратились в основную движущую силу современного экономического и социального развития, которая обеспечивает текущие изменения и способствует дальнейшей эволюции общества [1].

С учетом указанных тенденций, а также требований обновления, реструктуризации и ускорения экономического развития основной задачей современного развития России становится задача повышения конкурентоспособности российской экономики на базе развития высокотехнологичных отраслей и сфер экономики. В соответствии с этой целью сформирована долгосрочная программа социально-экономического развития России, ориентированная на инновационный путь развития, на формирование активной конкурентной среды и новых технологических базисов, на создание гибких, адаптивных к инновационной среде предприятий [2].

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р, устанавливает, что важнейшим сектором реализации знаний, занятости населения и производства доходов в предстоящие 10–15 лет будут базовые отрасли промышленности, транспорта, строительства и аграрного сектора. Именно в этих сферах Россия обладает значительными конкурентными преимуществами. Однако именно здесь накопились основные барьеры роста и провалы в эффективности. [3]

В концепции выделены приоритетные отрасли промышленности: авиационная промышленность и двиглестроение; ракетно-космическая промышленность; судостроительная промышленность; радиоэлектронная промышленность; атомный энергопромышленный комплекс; информационно-коммуникационные технологии. [4]

Готовая продукция этих отраслей имеет устойчивые и растущие рынки сбыта за рубежом. На сегодняшний момент доля продукции высокотехнологичных отраслей в российском экспорте товаров обрабатывающей про-

мышленности составляет 7 %, что значительно ниже среднего показателя по странам Организации экономического сотрудничества и развития, составляющего 23–25 %. [5]

В итоге реализации принятых госпрограмм к 2020 году в России должна быть создана новая полноценная инфраструктура отраслей с локализацией инновационных производств и исследовательских центров ведущих международных корпораций, проведена модернизация основных фондов, расширен ассортимент и рост объемов выпускаемой продукции, повышена конкурентоспособность российских промышленных предприятий.

Однако, неблагоприятная ситуация, вызванная замедлением прироста промышленного производства, не может быть преодолена за счет создания обособленных инновационных центров или перевода отдельных производств на новый технологический уровень. Доведение экспериментальных разработок до промышленных серий требует соответствующего общего уровня технологического развития в обрабатывающем сегменте промышленности.

Мировой опыт свидетельствует о том, что только общий уровень развития промышленного производства может обеспечить эффективное внедрение научных разработок в массовый выпуск готовой продукции, способной завоевать мировые рынки. [6]

В складывающихся условиях российские предприятия должны уделить существенное внимание стратегическому планированию своего развития с учетом инновационного фактора, так как обеспечение инновационного направления развития, повышения конкурентоспособности как товаров, так предприятий и отраслей в целом требуют вложения значительных финансовых ресурсов, диверсификации и реструктуризации предприятий. Сложность, многоэтапность, рисковость и высокая ресурсоемкость таких мероприятий оказывают влияние на устойчивость развития предприятий, реализующих стратегии инновационного развития. В таких условиях резко возрастает роль и значение научно-методического обеспечения оценки и анализа инновационного развития предприятий в системе стратегического планирования их деятельности по следующим направлениям:

— методическое обеспечение единообразия категориальной базы анализа инновационной деятельности;

— исследование и уточнение функций инноваций в социально-экономической системе для обеспечения системной комплексной оценки как результатов, так и влияния инноваций на социально-экономическое развитие;

— формирование модели инновационного процесса как основы гибкого адаптивного стратегического планирования на предприятии [7];

— разработка принципов и методов оценки экономической эффективности инновационных проектов с учетом их специфики.

В условиях интенсификации процессов глобализации в мировой экономики и формирования т. н. постиндустриального общества хозяйствующие субъекты любого уровня находятся под влиянием громадного количества факторов совершенно различного происхождения: от мегафакторов мировой экономики до микроэкономических факторов внутреннего характера в отношении предприятия. Инновационная деятельность по своей сущности направлена на преобразования и изменения и, таким образом, как и любое преобразование в экономической системе сопровождается изменениями, колебаниями в состоянии ее отдельных элементов, то есть предприятий. Это явление объективно обуславливает необходимость анализа и учета факторов риска и неопределенности в процессе разработки инновационной стратегии развития предприятия, отрасли, региона, экономики в целом. Любая система (техническая, организационная, экономическая, финансовая, социальная, экологическая и т. д.) в процессе функционирования испытывает колебания, а в целях стабилизации и выживания стремится к устойчивости. Устойчивое состояние является предпосылкой успешного достижения стратегических целей развития предприятия и именно в таких условиях обеспечивается экономное использование ресурсов, обновление и эффективность деятельности.

Таким образом, устойчивость экономического субъекта, выраженная в соответствующих показателях на допустимом горизонте планирования, может выступать как один из главных критериев эффективности реализации инновационной стратегии предприятия или конкретного инновационного проекта. В свою очередь учет и оценка факторов неопределенности и риска должна выступать одним из обязательных инструментов обоснования инновационной стратегии.

Рассмотрение и анализ факторов, способных нарушить устойчивое развитие хозяйствующих субъектов, являются важнейшими элементами процесса разработки инновационной стратегии развития предприятия [8].

Факторы дестабилизации экономического развития в последнее время проявляются все более резко, неожиданно, быстро. Это требует упреждающего анализа и оценки динамики изменения факторов и масштабов их влияния на развитие предприятия с целью формирования более гибкой, адаптивной и приемлемой к реализации ин-

новационной стратегии предприятия в режиме реального времени.

Особое внимание следует уделить классификации влияющих факторов по группам в соответствии с возможностями их анализа и учета в системе стратегического планирования. В современных условиях экономического развития следует рассматривать три группы факторов.

К первой группе относятся так называемые мегафакторы:

— динамика развития мировой экономики и ее субъектов;

— состояние мировой, финансовой и банковской систем;

— состояние платежного баланса страны;

— конъюнктура мировых рынков сырья и продукции;

— состояние фондового рынка;

— политические, социальные, экологические факторы.

Ко второй группе факторов относятся факторы макроуровня (институциональные, экономические, политические и др.):

— состояние институциональной рыночной среды;

— состояние предпринимательской среды;

— уровень развития рыночной среды;

— состояние государственного бюджета;

— денежно-кредитная и налоговая политика;

— инновационная политика государства;

— уровень инфляции;

— уровень государственных расходов на науку, образование, инновационные программы.

Две первые группы факторов формируют комплекс внешних факторов, влиять на которые хозяйствующие субъекты могут ограниченно или не могут вовсе. Однако это не позволяет не контролировать эти факторы в процессе разработки и реализации стратегии развития предприятия.

Третья группа факторов — это основная группа факторов потенциальной дестабилизации, на которые хозяйствующие субъекты могут оказывать воздействие. К этим факторам относятся микроэкономические внутренние факторы функционирования предприятий:

— технический уровень производства;

— уровень новизны технологий;

— уровень производительности труда;

— конкурентоспособность продукции и предприятия;

— уровень производственных и сопутствующих затрат;

— ценообразование;

— рыночная позиция;

— показатели финансовой стабильности (рентабельность, платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость);

— прочие факторы.

При формировании инновационной стратегии развития предприятия следует учесть специфику, своеобразие современного этапа научно-технического прогресса. Становление и развитие постиндустриального общества базируется в долгосрочной перспективе на использовании

интенсивных факторов роста, обеспечивающих активным освоением и использованием наиболее прогрессивных достижений отечественной и зарубежной науки, техники и технологий. Сформировался научный постулат, что научно-технический прогресс становится главным фактором долгосрочного устойчивого развития экономических систем, а способность к быстрому технологическому обновлению определяет конкурентоспособность национальной экономики в современных условиях [9]. В свою очередь именно инновации, инновационный путь развития могут обеспечить такие перспективы развития как национальной экономики в целом, так и отдельных ее субъектов.

Ориентация российской экономики на инновационный путь развития соответствует к переходу к постиндустриальному обществу. Однако реализация преимуществ инновационного пути развития в российских условиях требует большой подготовительной работы на всех уровнях экономики. В первую очередь необходимы:

— формирование национальных инновационных программ;

— согласование целей инновационного развития на макро — и микроуровне;

— создание гибкого эффективного механизма государственной поддержки инновационных предприятий;

— переход к активному использованию методов и моделей стратегического планирования на всех уровнях экономики.

Система стратегического планирования предприятия должна базироваться на новых концепциях и аксиомах экономического развития предприятия как открытой системы и быть инновационно направленной. Это находит отражение в диверсификации глобальных целей (миссий) развития предприятий в модификации алгоритмов и этапов стратегического анализа и этапов реализации стратегии, то есть в формировании новой модели стратегического планирования развития предприятия.

Ориентация российских предприятий на новые принципы и подходы в системе стратегического планирования их деятельности позволит этим предприятиям более успешно осваивать инновационный путь развития.

Литература:

1. Афонин И. В. Инновационный менеджмент. — М.: Гардарики, — 2009. — 18 с.
2. Жиц Г. И. Способности и возможности: рассуждения о некоторых аспектах методологии оценки влияния инновационного потенциала на развитие социально-экономических систем различного уровня сложности // Инновации. — 2008. — № 11. — 107 с.
3. www.regulation.gov.ru — Единый портал раскрытия информации о подготовке федеральными органами исполнительной власти проектов нормативных правовых актов и результатах их общественного обсуждения
4. Румянцев А. С. Промышленная политика России в условиях модернизации // Социально-экономические явления и процессы. 2012. № 10 (044). — С. 172–176
5. Мау В. Экономическая политика 2010 года: в поисках инноваций // Вопросы экономики. № 2. 2011
6. <http://politsib.ru/news/67130> Выступление первого заместителя председателя комитета Совета Федерации по экономической политике, председателя Совета МКПП Ю.Шамкова на Всероссийской научно-практической конференции «Экономика территорий: потенциал саморазвития», Бийск, 21 октября, 2013 г.
7. Коробейникова О. П., Трифилова А. А., Коршунов И. А. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятий // Менеджмент в России и за рубежом. — 2008. — № 3.
8. Патеев Б. А. Эффективность развития промышленного предприятия в системе инноваций: автореферат диссертации к. э.н./ Б. А. Патеев, Тамбовский государственный технический университет. — Тамбов. — 2002.
9. Управление организацией/ под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. — М.: ИНФРА — М, — 2009. — 357 с.

Особенности антиинфляционного регулирования в России

Дашкин Ренат Музафярович, студент
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Ключевые слова: инфляция, экономика.

Инфляция — это обесценивание бумажных денег, вызванное ростом цен [1]. Темпы инфляции имеют разные показатели в разных странах мира. На инфляционные процессы оказывают влияние огромное количество фак-

торов, которые могут быть общими, либо специфическими для каждой страны; связанными с деятельностью государства, либо не связанные; могут иметь различные темпы роста; различаются в зависимости от субъекта;

могут быть внутренними и внешними. В зависимости от уровня инфляции в определенной стране, последствия инфляционных процессов также могут быть различными.

Небольшой рост цен приводит к стимулированию деловой активности, так как предприниматели могут наращивать свою прибыль, но, в целом, инфляция влияет негативно на экономику страны:

1. Происходит неравномерность развития всех отраслей производства: идет перелив капитала из сферы производства в сферу обращения, где капитал оборачивается слишком быстро в связи со спекулятивными прибылями.

2. Дезорганизуется нормальный товароборот в сфере обращения, который заменяется спекулятивной торговлей в погоне за прибылью.

3. Инфляция ведет к деформации потребительского спроса, поскольку во время высоких темпов инфляции происходит быстрое избавление от обесценивающихся денег.

4. Кредитная система страны страдает от обесценивания денег, так как кредиторы терпят убытки, поэтому банковская система становится неприбыльной.

5. Происходит сокращение экспорта и увеличение импорта из страны, в которой происходит постепенный рост цен. Сальдо платежного баланса становится отрицательным.

Антиинфляционная политика — это комплекс государственных мер по ограничению инфляции путем регулирования денежно-кредитной и других сфер экономики [2]. Она различна во всех странах, о чем свидетельствуют различные уровни инфляции. Существуют различные концепции регулирования инфляции (ортодоксальная и гетеродоксная), различаются направления антиинфляционной политики, различны также и денежные реформы.

Существуют также российские особенности инфляционных процессов, которые связаны: с переходом национальной экономики на рыночный тип устройства, деятельностью естественных монополий, зависимостью национальной экономики от мировых цен на энергоносители.

Какие же инструменты могут быть применены в условиях российской национальной экономики.

Проблемой изучения инфляции и антиинфляционного регулирования занимались Джон Мейнард Кейнс, Милтон Фридман, Ирвинг Фишер, Джон Ричард Хикс, Елена Кузнецова, Евгений Жуков и многие другие.

Актуальность данной проблемы состоит в том, что инфляционные процессы оказывают сильное влияние на российскую национальную экономику с начала 90-х г. и по сей день, поэтому первоочередная задача правительства российской федерации — добиться снижения уровня инфляции в России до уровня стран Европы, США и Японии, так как показатели инфляции данных стран имеют наименьшее абсолютное значение.

Правительство РФ постоянно принимает меры для снижения уровня инфляции в стране. Инфляция в России нарастала во времена нестабильности экономической си-

стемы страны (1992, 1998, 2008 гг.), но затем имела тенденцию к понижению. Цель антиинфляционной политики государства — установить контроль над инфляцией и добиться приемлемых для народного хозяйства темпов ее роста.

Антиинфляционная политика России проводится неравномерными методами, несмотря на попытку удержания инфляции в заданных рамках, руководство страны финансирует несколько высоко затратных проектов. Антиинфляционная политика России слабо разработана, так как государственные органы борются за определенные показатели, а не стараются обуздать инфляцию. Правительство считает, что инфляция в нашей стране в ближайшие несколько лет не должна превышать 5–6 процентов, но этого будет сложно добиться.

Рост темпов инфляции в России связан с разбалансированностью переходной экономической системы, со структурными проблемами в экономике, с высокой пространственностью фирм-монополий, с ослаблением отечественной валюты.

Инфляция усиливает нестабильность и риски слабой экономической системы, мешает экономике страны полноценно развиваться, решать долговременные задачи, такие как освоение ресурсосберегающих технологий, изменение структуры производства.

Важным аспектом борьбы с высоким уровнем инфляции служит доверие населения к денежно-кредитной политике страны. Это способствует формированию и сохранению низких инфляционных ожиданий. Для завоевания доверия в нашей стране, на наш взгляд, нужно проводить следующие меры:

— установление приоритета задачи снижения инфляции;

— интенсивная поддержка антиинфляционной политики со стороны государственной власти;

— соответствие антиинфляционных мер и решений официально провозглашенной политике;

— максимальная открытость информации для всех субъектов.

— Динамика денежного предложения для России является важнейшим инструментом борьбы с инфляцией. Важны меры, ограничивающие избыточный рост денег в экономике, а также стимулирующие повышение спроса на деньги;

— необходим рост сберегательной активности населения;

— необходимо реформирование рынка труда;

— важна выработка и реализация сбалансированной и последовательной политики, позволяющей нейтрализовать циклические колебания.

Эффективность данных мер доказана опытом многих стран, следовательно, можно надеяться их эффективность и в условиях России.

Антиинфляционная программа в России не сможет добиться успеха, пока не будет сформирована полноценная рыночная среда с высоким уровнем развития предприни-

материнства, пока не будут созданы институциональные и финансовые предпосылки для сокращения инфляционного потенциала. Антиинфляционная политика должна проводиться совместно с другими макроэкономическими и институциональными мерами по повышению эффективности сложившейся социально-экономической ситуации в стране. Затянувшаяся инфляция в России является следствием неэффективной экономической политики. Основой антиинфляционной программы в России должна быть научно обоснованная модель управления переходной экономикой, которая стимулировала бы ее стабилизацию, подъем производства товаров и услуг на конкурентной основе. Денежно-кредитная политика РФ в таких условиях должна быть ориентирована на снижение инфляции, так как без стабильно низкого данного показателя невозможно мобилизовать внутренние ресурсы, направить их на производительные инвестиции и другие цели.

Результаты антиинфляционной политики, исходя из показателей уровня инфляции, свидетельствуют, что политику можно и нужно улучшать до уровня развитых стран (Япония, европейские страны, США).

Таким образом, инфляция — это сложный процесс, который несет в себе больше неприятностей, чем преимуществ для национальной экономики, населения, бизнеса и государственных структур, поэтому вопрос о правильности управления инфляционными процессами становится все более актуальным.

Антиинфляционная политика развитых стран прошла огромный путь становления с начала 20 века, сменив несколько концепций, которые определяли основные пути решения антиинфляционной политики. Исследовав результаты современного уровня инфляционных процессов, можно сделать вывод об успешности развитых стран в вопросе сдерживания уровня инфляции в стране.

Недавний экономический кризис 2008 г. показал, что антиинфляционная политика даже самых развитых стран не совсем способна отрегулировать темпы роста инфляционных процессов, тем самым подтвердив, что в вопросе антиинфляционной политики есть определенные «черные дыры», решение которых необходимо найти.

Литература:

1. Национальная экономика: учебник / под ред. П. В. Савченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Экономистъ, 2007. — с. 610.
2. Деньги. Кредит. Банки: Учебник для вузов / Е. Ф. Жуков, Н. М. Зеленкова, Л. Т. Литвиненко / Под ред. проф. Е. Ф. Жукова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — с. 103.
3. URL: <http://www.gks.ru/> — Федеральная служба государственной статистики (дата обращения 2.11.13)

Существует огромное количество причин, вызывающих инфляционные процессы, поэтому меры, которые предпринимают органы государственной власти, также являются диверсифицированными в зависимости от уровня инфляции в стране и самого экономического развития страны.

Российская практика антиинфляционной политики не стоит на месте, что подтверждается снижением уровня инфляции из года в год. Во времена 90-х г. 20 века (в период проведения «шоковой терапии») действовала сильнейшая инфляция, которая достигала роста уровня цен в 20 раз и более, что привело к серьезным последствиям для российской национальной экономики.

На тот момент истории правительству удалось на время обуздать высокий уровень инфляции, но кризис 1998 г. вновь привел к росту цен и свел на «нет» все усилия правительства. Во времена начала 2000-х г. уровень инфляции удалось удержать под контролем и довести до уровня 10 % в год [3].

Экономический кризис 2008 г. вновь поднял уровень инфляции (более 10 % в год), но уже в 2010 г. правительству удалось снизить его до уровня ползучей инфляции в 7–9 %. Тем не менее, сегодняшний уровень инфляции также является намного выше уровня инфляции в развитых странах, что заставляет правительство России вести более обдуманную политику по отношению к уровню инфляции в стране.

По нашему мнению, существует огромное количество мер по улучшению, направленных на стимулирование улучшения антиинфляционной политики России. При правильном решении всех существующих проблем, а также при эффективном применении будущих улучшений, можно надеяться на минимально негативный уровень инфляции в стране.

Подводя итог, можно отметить, что антиинфляционная политика России находится в настоящее время на этапе, когда необходимо дальнейшее использование мер противодействия инфляции. Будущий успех антиинфляционной политики России зависит, прежде всего, от правильного руководства и от конъюнктуры на мировых рынках.

Управление инновационной деятельностью высшего учебного заведения

Милова Юлия Юрьевна, доцент

Иркутский государственный технический университет

В статье рассматриваются вопросы, посвященные инновационной деятельности высшего учебного заведения, показана ее роль в эффективной деятельности вуза.

Ключевые слова: инновационная деятельность; высшее учебное заведение; эффективность; инновационные процессы; национальная инновационная система.

В условиях перехода России на инновационный тип развития одной из основных проблем является нехватка, а в отдельных случаях и полное отсутствие квалифицированных кадров. Решению данной проблемы способствуют высшие учебные заведения, которые ориентированно на инновации. Основными задачами, стоящими перед вузами являются — содействие в формировании инновационного пути развития российской промышленности, активное участие в реализации инновационных научно — исследовательских проектов, постоянная ориентация на разработки сложной научно-технической продукции в соответствии с потребностями экономики.

Высшее учебное заведение является двойственным субъектом экономической системы: с одной стороны, основной целью его является сохранение культурного и образовательного потенциала страны, с другой — вуз выступает важнейшим субъектом экономики — товаропроизводителем интеллектуальной продукции и образовательных услуг [1, С. 7–8.]. Несмотря на это, вузы по-прежнему вынуждены самостоятельно адаптироваться к системе рыночной экономики, находясь в состоянии неопределенности и жесткой конкуренции в поисках экономически устойчивой модели поведения в условиях динамичной среды и внутренних изменений.

На сегодняшний день рост спроса и предложения на рынке образовательных услуг — результат не просто обострения конкуренции, а потребности в новом, динамично развивающемся кадровом потенциале, что стимулирует вузы к совершенствованию и преобразованию своей деятельности. Поэтому современной тенденцией развития социально-экономического состояния страны является расширение спектра деятельности высших учебных заведений — производителя знаний. В связи с этим, высшие учебные заведения должны быть не просто ориентированы на инновации, но и в своей деятельности — образовательной, научной, исследовательской должны выделять инновационную составляющую. Этого можно достичь посредством развития инновационной деятельности, которая включает в себя все эти виды деятельности (образовательную, научную, исследовательскую), имеет многовариантный и многоаспектный характер.

Инновационная деятельность высшего учебного заведения направлена на решение следующих задач: [2]:

— создание и организацию производства новой или с новыми потребительскими свойствами продукции (товаров, работ, услуг);

— создание и применение новых или модернизацию существующих способов (технологий) ее производства, распространения и использования;

— применение структурных, финансово-экономических, кадровых, информационных и иных инноваций (нововведений) при выпуске и сбыте продукции (товаров, работ, услуг), обеспечивающих экономию затрат или создающих условия для такой экономии;

— развитие и совершенствование национальной и региональной инновационной системы;

— эффективное и рациональное использование интеллектуальных ресурсов вуза;

— формирование устойчивого интеллектуального потенциала, способного инициировать и реализовывать инновационные проекты различной сложности и направленности;

— коммерциализацию научно-исследовательских идей, оригинальных инновационных проектов;

— расширение спектра рабочих мест и баз практики для студентов, магистрантов и аспирантов на основе создания фирм и совместных предприятий, в том числе с вузами других стран;

— повышение уровня предпринимательской культуры и подготовка высококвалифицированных кадров в сфере малого и среднего бизнеса.

Инновационная деятельность вуза включает в себя также создание собственной инновационной инфраструктуры и активное участие в формировании региональной инновационной инфраструктуры.

В области инновационной деятельности высшей школы прослеживаются следующие основные тенденции:

— непрерывный инновационный цикл от фундаментальных, поисковых и прикладных исследований до реализации в промышленности наукоемкой продукции и технологий;

— нацеленность на коммерциализацию результатов исследований;

— подготовка, переподготовка и повышение уровня квалификации кадров, работающих в условиях инновационной экономики;

— поддержка инновационных проектов и исследований внебюджетными источниками финансирования;

— создание и поддержка инновационных инфраструктур в высших учебных заведениях и регионах и др.

Так, внедрение инновационных процессов в вузы направлено на развитие личностного потенциала, ориентированного на успешное применение своих возможностей в различных сферах экономики, что в свою очередь, является способом обеспечения модернизации всей системы высшего образования, повышения его качества, эффективности и доступности.

Успешная инновационная деятельность вуза — результат эффективной работы инновационной инфраструктуры (технопарков, бизнес-инкубаторов, инновационных технологических центров, центров трансфера технологий, служб по защите интеллектуальной собственности, сертификации и др.), обеспечивающей последовательную реализацию этапов инновационного цикла по созданию и продвижению новых продуктов и технологий на рынок.

В настоящее время, в России происходит активное инновационное развитие университетских комплексов, тесно связанных с федеральными и региональными структурами. Инновационная деятельность высшего учебного заведения направлена на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества продуктов и услуг, совершенствованием технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и международном рынках. Инновационная деятельность вуза содержит комплекс организационных, научных, технологических, финансовых, коммерческих и других мероприятий приводящих к инновационным результатам. В современных условиях эффективность инновационной деятельности вуза оказывает большое влияние на его конкурентоспособность на рынке образовательных услуг и технологий.

Основной целью инновационной деятельности является развитие системы внебюджетного финансирования университета для укрепления материально-технической базы образовательного процесса и научных исследований, повышение качества обучения, сохранение кадрового потенциала и поддержка научных школ и направлений.

Несмотря на это, развитию инновационной деятельности высшего учебного заведения препятствует ряд проблем:

- отсутствие нормативно-правовой базы;
- невосприимчивость промышленности к инновациям в области техники и технологий;
- преобладание «сырьевой» экономики.

Несомненно, данные проблемы оказывают отрицательное влияние на развитие инновационной деятельности вуза. Однако в настоящее время принимаются успешные действия по ликвидации данных проблем или сведению

к минимуму их влияния. Создание особых экономических зон и технопарковых структур, подготовка закона об инновационной деятельности, объявление президентом политики модернизации экономики страны, основанной на инновациях, как национальной задачи (разработанный в 2010 г. Министерством экономического развития России проект «Инновационная Россия (Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года)»). Все перечисленные выше мероприятия, безусловно, оказывают положительное воздействие на развитие инновационной деятельности. Не смотря на это, создавшаяся ситуация требует серьезных мероприятий для решения данных проблем, а все вышеперечисленные тенденции находятся в начале пути своего развития и требуют эффективной поддержки и тщательного контроля со стороны государства.

Инновационный характер образовательной деятельности имеет большое значение, так как играет значительную роль в формировании национальной инновационной системы (НИС). Это связано с развитием следующих направлений:

- подготовка профессиональных кадров;
- производство новых знаний и разработка новых технологий;
- формирование инновационной инфраструктуры поддержки инновационной деятельности, удовлетворяющей потребностям инновационной системы на федеральном и региональном уровне;
- участие в создании и реализации инновационной политики как региона, так и страны в целом;
- установление долгосрочных партнерских отношений с вузовской наукой, промышленностью, бизнесом и властными структурами страны и регионов;
- предоставление региональным учреждениям высшего образования необходимых учебно-методических материалов, консультирование по вопросам применения в учебном процессе инновационных образовательных технологий.

Таким образом, повышение эффективности современной экономики в условиях перехода на инновационный путь развития возможно только на основе получения, распространения и использования новых знаний. Особую роль в решении данной задачи, а также по повышению уровня жизни населения и обеспечения конкурентоспособности экономики призваны сыграть высшие учебные заведения, которые, наряду с выполнением фундаментальных исследований, должны ориентироваться на практическую реализацию новых знаний, полученных в результате научных исследований. В последние годы инновационная деятельность приобрела статус основного вида деятельности вузов наравне с учебной и научной, а также стала необходимым условием стратегического развития.

Литература:

1. Кельчевская Н. Р. Финансово-правовое регулирование инновационного управления государственным вузом / Н. Р. Кельчевская. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2003. — 402 с.

2. Основные направления политики Российской Федерации в области развития инновационной системы на период до 2010 года [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации от 5 авг. 2005 г. — № 2473-п-Ш. — Режим доступа: <http://www.businesspravo.ru/Docum/DocumShow DocumID 103596.html>

Инфляционные процессы в России: причины, итоги, прогнозы

Чернышова Наталья Алексеевна, студентка

Российский государственный аграрный университет — МСХА им. К.А. Тимирязева

Инфляция — процесс общего роста цен, приводящего к снижению покупательской способности номинальной денежной единицы. [6] Несмотря на то, что в последние годы инфляция в России остается ползучей (по данным Росстата, 6–7%), на сегодняшний день она по-прежнему является одной из самых острых проблем в стране, решение которой невозможно без понимания причин данного процесса.

Факторов, порождающих инфляцию в стране, достаточно много. Прежде всего, стоит учесть объем денежной массы в обращении. Дефицит государственного бюджета, вызванный чрезмерным финансированием отдельных отраслей социокультурной и экономической жизни общества и покрываемый за счет внутренних и внешних заимствований, а также эмиссии, приводит к увеличению денежной массы в обращении, что, в свою очередь, повышает совокупный спрос и, как следствие, вызывает рост цен на многие товары и услуги. Одним из недавних примеров таких инвестиций в область культуры стало проведение в 2009 году на территории нашей страны конкурса песни «Евровидение». По данным газеты «Ведомости», из федерального бюджета был выделен 1 млрд рублей, из бюджета Москвы — 200 млн рублей. Суммарные же затраты на проведение конкурса без учета средств спонсоров и «Первого канала» составляют около 42 млн долларов США. [7] Спорт также не остался без внимания. Летняя Универсиада 2013 и зимние Олимпийские игры 2014 года сосредоточили на себе огромнейшие материальные средства государства, тем самым резко сократив как федеральный, так и региональные бюджеты. По словам генерального директора исполнительной дирекции Универсиады Владимира Леонова, общий бюджет XVII Всемирной летней универсиады 2013 г. в Казани составил 228 млрд руб., из которых расходы федерального бюджета — 67 млрд руб., 81 млрд руб. выделен из бюджета Татарстана. [8] В то же время Олимпиада в Сочи обещает стать одной из самых дорогих в истории. По словам заместителя министра регионального развития Юрия Рейльяна, предполагалось, что затраты на проведение Игр-2014 составят порядка 950 миллиардов рублей (около 29 млрд долларов), однако уже на 1 января 2013 года было потрачено 1,1 трлн рублей (примерно 38 млрд долларов). [9] И это еще не окончательные цифры. Таким образом, все это в совокуп-

ности приводит к дефициту государственного бюджета, результатом чего и становится инфляция.

Кроме того, важным фактором возникновения инфляции также является постоянная индексация тарифов естественных монополий. По словам главы Минэкономразвития РФ Алексея Улюкаева, в 2014 году министерство предлагало отказаться от индексации тарифов естественных монополий как для промышленных потребителей, так и для населения, однако в принятом правительством проекте бюджета на 2014–2016 годы заморозка тарифов для граждан не предусматривается. По расчетам Минэкономразвития, в 2014 году тарифы на газ, электроэнергию, тепло вырастут на 4,2%. В итоге, повышение тарифной ставки приводит к увеличению затрат на производство и опять же порождает инфляцию.

Росту цен способствует еще и долларизация денежного обращения. Глобализация, тесные связи со многими государствами благоприятствуют притоку иностранных валют и приближению российских цен к заграничным, в то время как быстрыми темпами идет процесс вытеснения отечественных товаров импортом, что вызывает внутриэкономический дисбаланс и социальную нестабильность. Курс доллара продолжает расти и на сегодняшний день составляет 33,36 руб., хотя еще в конце декабря 2013 года был равен 32,73 руб.

Не стоит также забывать и о региональной инфляции, причиной которой выступает ценовой разрыв между центром и провинциями. По данным Росстата, индекс стоимости жизни в Москве в 2012 году составил 127,52 процентных пункта. Однако столица занимает далеко не лидирующие позиции. Наиболее высокий индекс наблюдается в Анадыри (175,24%), Петропавловске-Камчатском (165,91%), Салехарде (150,24%), в то время как этот показатель в два раза ниже в Омске (83,14%), Белгороде (84,79%), Нальчике (85,13%), Орле (85,42). Так, города с более низким индексом, стремясь сравняться с показателями со столичными, обуславливают возникновение региональной инфляции.

И, наконец, еще одной важнейшей причиной выступают инфляционные ожидания, которые предприниматели постоянно отслеживают, чтобы «остаться на плаву» и вести собственную денежную политику, поднимая цены пропорционально прогнозируемым данным.

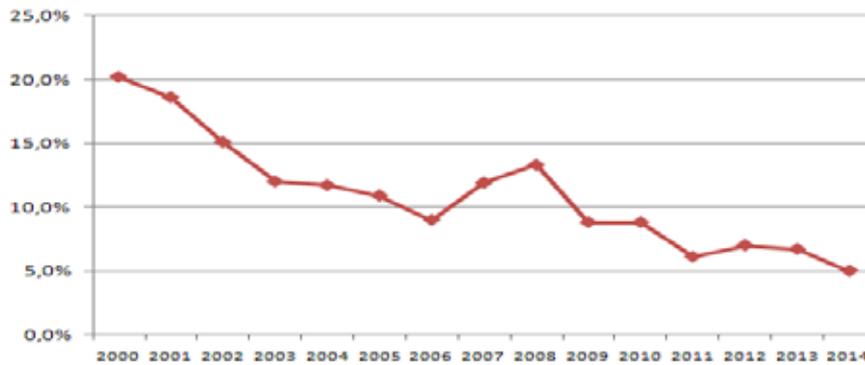


Рис. 1. Динамика уровня инфляции в России

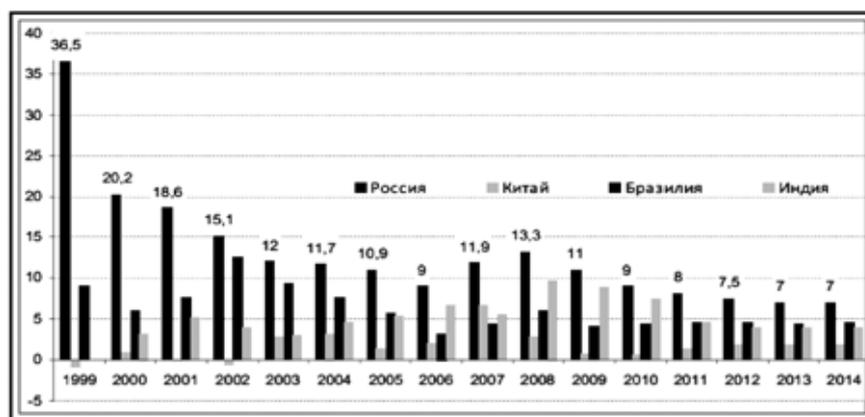


Рис. 2. Инфляция в странах БРИК, %

Таким образом, все эти причины обусловили существующий на сегодняшний день уровень инфляции в стране, который, по данным Росстата, на конец 2013 года составил 6,5% против 6,6% годом ранее. Как сообщает «РИА Новости», больше всего в 2013 году подорожали продовольственные товары — на 7,3% и услуги — на 8%. Непродовольственные товары стали дороже на 4,5%. Рекордным ростом цен 2013 г. стали куриные яйца, которые подорожали за год почти на треть — на 28,8% (декабрь 2013 года к декабрю 2012 года). Следом за ними идут сливочное масло (18,6%), алкогольные напитки (14,6%), а также молоко и молочная продукция (13,1%). Услуги ЖКХ в 2013 году подорожали для россиян на 9,8%, медицинское обслуживание — на 9%, услуги связи — на 2,2%, дошкольного воспитания — на 9,9%, подсчитали в Росстате. Поездки в пассажирском транспорте в прошлом году стали дороже на 8,9%. [3]

По данным Центрального Банка России, в январе-сентябре 2013 года инфляция находилась выше целевого диапазона, установленного на 2013 год «Основными направлениями единой государственной денежно-кредитной политики на 2013 год и период 2014 и 2015 годов». Сформировавшиеся темпы инфляции были связаны, прежде всего, с ускоренным удорожанием продовольственных товаров, обусловленным низким урожаем 2012 года, повы-

шением акцизов на отдельные товары, а также с индексацией цен на услуги естественных монополий. [2]

Однако, несмотря на растущие цены, если проследить динамику уровня инфляции в стране (рис. 1), можно заметить, что в последние годы она несколько стабилизировалась и варьируется в пределах 5–7%, что, несомненно, является огромным успехом. По данным Агентства прогнозирования экономики, в течение последующих лет до 2027 года инфляция в России будет колебаться в коридоре 5,2–7,1 процентов в год.

Не стоит забывать, что Россия по-прежнему относится к развивающимся странам, для которых существующий на сегодняшний день уровень инфляции является естественным и вполне приемлемым. Однако среди четырех развивающихся стран БРИК, несмотря на схожесть экономик, в России наблюдается самый высокий уровень инфляции (рис. 2), что в первую очередь связано с географическим положением и огромными территориальными масштабами страны.

Что касается положения России среди европейских держав, рост индекса потребительских цен в стране в 2013 году значительно превышает показатели Евросоюза (рис. 3), что в очередной раз демонстрирует дифференциацию развитых стран Запада и еще только развивающейся России.



Рис. 3. Индексы потребительских цен [1]

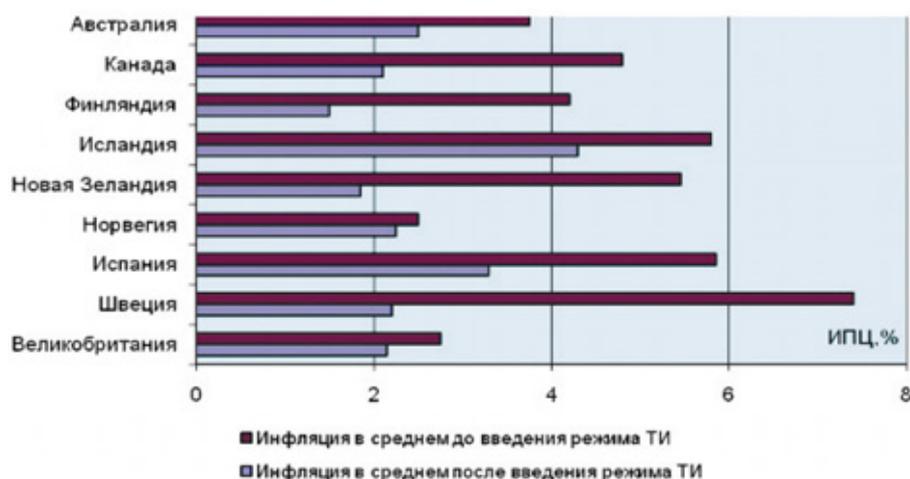


Рис. 4. Индекс потребительских цен в развитых странах, % [5]

Таким образом, для снижения уровня инфляции в стране до показателей ведущих мировых держав необходима грамотная денежно-кредитная и антиинфляционная политика государства.

В ближайшие годы перед Банком России стоит задача по постепенному снижению темпов роста потребительских цен. Целевые ориентиры для темпов роста индекса потребительских цен установлены на уровне 5,0% в 2014 году, 4,5% в 2015 году и 4,0% в 2016 году и определены с точностью до 0,5 процентного пункта. В рамках процесса перехода к режиму инфляционного таргетирования Банк России продолжит работу по повышению действенности процентного канала трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики — основного канала воздействия Банка России на экономику. [2] Режим таргетирования также обеспечит подотчетность, информационную открытость и прозрачность деятельности Центрального Банка, что, в свою очередь, приведет к ценовой стабильности.

Инфляционное таргетирование имеет ряд преимуществ:

- банк может сосредоточить свое внимание на ценовой стабильности, т.е. постепенном бесшоковом снижении и закреплении на приемлемом уровне инфляции;
- денежные власти могут сосредоточиться на внутренних проблемах экономики, так как таргетирование инфляции позволяет более гибко реагировать на изменение макроэкономической ситуации;
- применение этого режима понятно для общественности;
- повышается ответственность банка за свои действия;
- режим инфляционного таргетирования ведет к снижению инфляционных ожиданий, что повышает доверие экономических агентов к проводимой банком политике. [4, с. 8]

Опыт мировых держав свидетельствует об эффективности политики таргетирования инфляции (рис. 4), однако

в России, в отличие от развитых стран, она только еще зарождается и развивается, поэтому говорить о ее итогах еще рано.

Таким образом, как можно заметить, инфляция по-прежнему остается одной из самых острых экономических проблем современной России, которая требует тщатель-

ного изучения и анализа. От того, насколько быстрыми, качественными и эффективными окажутся меры государственной политики в данной области, зависит дальнейшее процветание нашей страны, а также ее конкурентоспособность на мировом уровне.

Литература:

1. <http://www.gks.ru/>
2. <http://www.cbr.ru/>
3. <http://ria.ru/>
4. И. А. Сомова // Таргетирование инфляции в России: проблемы и перспективы // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки, 2012. — Том 12, выпуск 2. — 12 с.
5. World Bank: World Development Indicators, 2009; <http://devdata.worldbank.org/dataonline/>
6. <http://slovari.yandex.ru/>
7. <http://ru.wikipedia.org/>
8. http://rt.rbc.ru/tatarstan_topnews/
9. <http://24smi.org/>

5. ОБЩЕСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Проблемы и пути решения миграции рабочей силы в РФ и РС (Я)

Лисагор Мария Владимировна, старший преподаватель;
Лунгу Карина Дмитриевна, студент
Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова (г. Якутск)

Актуальность темы исследования весьма значительна в современной России. В связи с экономическими кризисами возникает перемещение трудоспособного населения, что за собой влечет необходимость реформ в миграционной политике. На сегодняшний день миграция является актуальной проблемой России, как на примере недавнего трагического случая в Бирюлево, также случай с рынком «Садовод» в Москве. Считается что, каждое седьмое убийство и почти половину изнасилований в столице в первом полугодии нынешнего года совершили мигранты.

Россия стала крупнейшим центром миграции в Восточном полушарии. Порядка четырех миллионов иностранных граждан работают в России, как нелегально, так и по патентам. В РФ находятся 9,5 миллионов иностранцев. Из них 5,1 млн находятся легально, а 4,4 миллиона — группа риска. 3,5 миллиона человек находятся в РФ более трех месяцев и могут трудиться незаконно.

В 2013 году квота на привлечение иностранной рабочей силы в Москве составляет 3,2 %, то есть 215 тыс. человек. В Москве в следующем году квота на иностранную рабочую силу будет снижена до 3,1 % экономически активного населения, это около 200 тыс. человек. Также планируется, что в 2013–2015 годах доля иностранных работников не будет превышать 3,2 % от общего числа всех, кто трудится в Москве. Квота не учитывает рабочую силу из Белоруссии и Казахстана, так как гражданам этих стран нет необходимости получать разрешения на работу в России. [сайт: <http://www.finmarket.ru/database/news>]

Департамент труда и занятости населения города Москвы беспокоит подавляющий спрос на мигрантов из безвизовых стран, прежде всего из СНГ. Их отличает устойчивая тенденция к снижению профессиональной квалификации, уровня владения русским языком, а также отсутствие социально-трудовых навыков. [сайт: <http://ria.ru/society.html>]

По Республике Саха (Якутия) за 2012 и за 9 месяцев 2013 гг.

Миграционный учет иностранных граждан и лиц без гражданства

В Якутии нарастают проблемы, связанные с ростом миграционного потока из стран ближнего зарубежья. Такими мигранты из стран центрально-азиатского региона.

По итогам 2012 года на миграционный учет поставлено 51364 иностранных граждан и лиц без гражданства, из них: по месту пребывания — 48356, в том числе продление — 10902; по месту жительства — 3008. При этом отмечается увеличение на 10,4 % количества иностранных граждан и лиц без гражданства поставленных на миграционный учет по месту пребывания, в том числе граждан прибывших из стран ближнего зарубежья — 37990, из стран дальнего зарубежья — 10366.

Снято с миграционного учета 17229 иностранных граждан, что в 2,2 раза больше АППГ (7914). В показателях миграционного учета иностранных граждан одновременно наметилась тенденция в сторону увеличения миграции из дальнего зарубежья на 12,7 % и миграционного притока из стран ближнего зарубежья — на 9,8 %.

Основную долю миграционного притока из ближнего зарубежья в Республику Саха (Якутия) составили мигранты из Кыргызстана — 22,9 %, Армении — 19,0 %, Таджикистана — 18,4 % и Узбекистана — 17,0 %.

Дальнее зарубежье в основном представлено гражданами Китая, которые составляют 40,4 % от общего числа иностранных граждан прибывших в визовом порядке. На втором месте граждане Сербии, прибывшие на территорию республики с целью осуществления трудовой деятельности — 21,4 %

По итогам 9 месяцев 2013 года на миграционный учет поставлено 48852 иностранных граждан и лиц без гражданства, что на 17,0 % больше чем за аналогичный период прошлого года (41746), из них: поставлено по месту пребывания — 46767, в том числе: первично — 28205, продление — 18562; на основании почтовых уведомлений — 10286, на основании уведомлений, поступивших из гостиниц — 2700. Зарегистрировано по месту жительства — 2085. Следует отметить, что на миграционный учет по месту пребывания поставлено на 18,4 % больше иностранных граждан и лиц без гражданства, чем в прошлом году, в том числе граждан прибывших из стран ближнего зарубежья — 39639, из стран дальнего зарубежья — 7129.

Как и в предыдущих периодах, наибольшее количество иностранных граждан на территорию Республики Саха (Якутия) прибывает из стран СНГ, из них первую

тройку занимают граждане Армении (21,1 %) от общего числа въехавших на территорию Российской Федерации из стран ближнего зарубежья, Таджикистана (21,1 %) и Кыргызстана (20,3 %).

Из стран с визовым режимом в число первых трех традиционно входят граждане Китая (42,0 %), Сербии (22,4 %), на третьем месте граждане Германии (4,8 %).

Пути совершенствования миграционной политики в РФ

— Подготовить и подписать двусторонние протоколы (соглашения) между российскими регионами, и странами СНГ, располагающими избыточными трудовыми ресурсами — об организованном привлечении на работу трудовых мигрантов на временной основе.

— Целесообразно создать рекрутинговые компании с участием государства и частного капитала по поиску, приему, оформлению и временному трудоустройству мигрантов в отраслях российской экономики, распространению оперативной информации о вакансиях и потребностях работодателей в регионах.

— Важно упростить и ускорить для работодателя процедуру оформления на работу трудовых мигрантов на временной основе. Такая процедура должна быть уведомительной, осуществляться через службу занятости населения и строго ограниченной по времени (занимать не более 15 дней)

— Создать систему консультационной поддержки мигрантов в вопросах обеспечения их прав и соблюдения условий проживания в России на основе организации сети доступных консультационных пунктов в разных регионах.

— Увеличить штатную численность и улучшить материально-техническое обеспечение территориальных подразделений ФМС России в соответствии с реальным объемом работ. По данным ФМС, около 90 % сотрудников службы занимаются паспортно-визовой работой и только 10 % — непосредственно миграцией.

— Ужесточение прохождения таможенного контроля, заполнение документов, возможность давать визу на определенный срок и по определенным требованиям. Также создание определенных требований для трудоустройства.

— Для обеспечения устойчивого роста экономики и сбалансированного развития страны необходимо эффективное регулирование миграционных потоков, создание условий для привлечения востребованных высококвалифицированных иностранных специалистов.

«Противодействие незаконной миграции».

В целях снижения и противодействия незаконной миграции Республика Саха (Якутия) планирует:

— противодействие организации каналов незаконной миграции;

— совершенствование межведомственного взаимодействия с органами исполнительной государственной власти Республики Саха (Якутия), в том числе обмена информацией по вопросам противодействия незаконной миграции;

— усиление информационной и разъяснительной работы с гражданами, работодателями в целях предупреждения нарушений миграционного законодательства Российской Федерации;

— организация более плотного взаимодействия с УФССП России по Республике Саха (Якутия) по вопросам увеличения доли взысканных штрафов от общего количества наложенных штрафов;

— проведения учебно-методических сборов с сотрудниками структурных территориальных подразделений Управления осуществляющими функции по выявлению нелегальных мигрантов;

— организация взаимодействия с УФСИН России по Республике Саха (Якутия) по выявлению иностранных граждан и лиц без гражданства, подлежащих передаче Российской Федерацией иностранному государству в соответствии с международными договорами о реадмиссии. [<http://www.ufms14.ru/files/pdf/statistics/drond2012.pdf>]

6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

Необходимость использования системы раздела продукции (СРП) в Чеченской Республике

Азиева Раиса Хусаиновна, доктор экономических наук, доцент
Грозненский государственный нефтяной технический университет

В Чеченской Республике до сих пор есть немалые запасы нефти (табл. 1). Сколько — точно никому неизвестно, так как уже несколько лет никаких исследований не проводилось. Россия придает большое значение восстановлению нефтяной промышленности Чеченской Республики, серьезно пострадавшей за 1990—1999 гг.

Многие эксперты считают, что разработка большинства нефтяных скважин в республике сегодня нерентабельна. Тем не менее, речь идет не просто о восстановлении нормального производственного процесса в нефтедобывающей промышленности ЧР, но и геополитическом влиянии во всем регионе — здесь и доступ к Каспию, и нефтепровод Баку-Новороссийск.

Посланный императором Петром I на Кавказ доктор Готлиб Шобер в своем описании в 1717 г. указывал, что из «некоторой горы нефть вытекает, и никто ее не собирает». Теперь времена изменились — «ее собирают» все, кто может. Чеченская нефть, действительно, залегает неглубоко, идет сама и поэтому добывать ее можно без особого труда.

Чеченской Республике вместе с ОАО «Грознефтегаз» принадлежат 49 % акций, а НК «Роснефть» — 51 %. Предприятие было создано в 2000 году на базе нефтяных активов Чеченской Республики, существенно поврежденных во время военных действий начала 90-х. Сегодня Грознефтегаз осуществляет добычу сырой нефти и природного газа, а также транспортировку нефти железнодорожным транспортом до трубопровода КТК для дальнейшей поставки на международный рынок.

Все добытое в ЧР сырье идет на экспорт, а вырученные средства за вычетом расходов поступают через Минэнерго РФ для финансирования федеральной программы по восстановлению нефтекомплекса ЧР. Однако, для того, чтобы приблизиться к стабильному уровню добычи нефти, нужны годы и крупные денежные вливания. За прошедшие годы благодаря деятельности «Роснефть» добыча нефти в регионе выросла более чем в 20 раз.

Добывать сырье в Сибири и на Дальнем Востоке для НК «Роснефть» куда легче, чем в Чеченской Республике. Однако чрезвычайная обстановка требует вмешательства государства: в таких нестандартных условиях может работать только государственная компания.

НК «Роснефть» является пионером создания в России системы раздела продукции. Месторождения Лунское и Пильтун-Астохское (сейчас Сахалин-2), открытые ОАО «Сахалинморнефтегаз» (дочернее предприятие НК «Роснефть») в 1984—1986 гг. стали полигоном для СРП в России. НК «Роснефть» использовала систему раздела продукции в проектах «Сахалин-3К», «Сахалин-3В», «Сахалин-4», «Сахалин-5», а также, Комсомольское и Северо-Комсомольское месторождения в Западной Сибири. Компания владеет 20%-ной долей в СРП по проекту «Сахалин-1», который консолидируется на пропорциональной основе. В этом списке особое место должны занять и чеченские СРП — это реальный путь возрождения экономики республики.

После основания крепости Грозный (1818 г.) и образования Кавказского линейного войска нефтяные источники

Таблица 1

Запасы и добыча нефти предприятиями ТЭК

	Доказанные запасы нефти, млн. барр.	Вероятные запасы нефти, млн. барр.	Возможные запасы нефти, млн. барр.	Добыча нефти, тыс. т.		
	2010 г.	2010 г.	2010 г.	2010 г.	2012 г.	2013 г.
НК «Роснефть»	18 110	9978	8256	115845	107401,6	10102,9
ОАО «Грознефтегаз»	60	79	33	1012	597,9	42,5

Таблица составлена автором по данным НК «Роснефть»

перешли в его собственность. По свидетельству известного российского историка А.Матвейчука, 170 лет назад нефтеносные колодцы возле Грозного стали сдаваться в откупное содержание. Откуп — это передача государством за определенную плату и на определенных условиях права взимать налоги, другие государственные доходы. «Система откупов» — по существу прообраз концессий в современном понимании этого слова, т.е. форма договора государства с предпринимателями. Откупа известны с древнейших времен и в Европе, и в Азии, и в России. Откуп применялся, главным образом, в условиях натурального хозяйства, неразвитости кредита, финансовых затруднений государства, слабости коммуникаций. Сегодня в Чеченской Республике вернулись к такой же схеме, поставив вопрос: «как добывать?». Какая экономическая модель сможет привлечь инвесторов?

Впервые откупа получили распространение в Древней Греции и Древнем Риме (IV век до н.э.), в Древнем Иране (VI век до н.э.).

В середине века откупа были распространены во Франции (с XIII в.), в Голландии, Испании, Англии. Откупа стали одним из важных источников первоначального накопления капитала. С развитием капитализма откупа сохраняются в своеобразных формах в Италии (XX в.) — в виде взимания некоторых налогов частными банками, сберкассами. В США в конце XIX — начале XX вв. существовали формы откупов при взимании налоговых недоимок.

Во все времена в отношении системы откупов и к тем, кто ими был занят, относились предвзято.

Нечто подобное на протяжении десятилетий наблюдается по отношению к концессиям и СРП в России. В истории народа осталась как успешная попытка преодоления экономической разрухи после гражданской войны: для коммунистов — существует положительный опыт «ленинских» концессий, а для либералов-западников — опыт ведущих капиталистических стран. Однако на практике в концессии не видят огромные возможности, которые открываются перед государством и частным инвестором для взаимовыгодного сотрудничества, создания нормальных инвестиционных взаимоотношений.

В России откупа были введены в конце XV — начале XVI вв. Особенно развитие получили таможенные, соляные, винные откупа. Последние были введены в XVI в. и наибольшее значение приобрели в XVIII-XIX вв. Доход казны от питейного налога составлял свыше 40 % суммы всех налогов госбюджета. В 1863 г. винные откупа были отменены и заменены акцизом.

Сегодня для проведения полноценной инвестиционной политики в России жизненно необходимым становится создание надежной правовой среды, стимулирующей как иностранных, так и отечественных инвесторов к вложениям в российскую экономику. И необходимым элементом такой правовой системы должно стать концессионное законодательство.

«Концессия» в переводе с латинского — это разрешение или уступка: договор, заключаемый государством

с частным предпринимателем; а лицензия (с того же латинского) — разрешение, право: разрешение на ведение того или иного вида деятельности. И в том, и в другом случае, — уступая ему часть своих функций, а в другом, — давая право на что-либо.

В дореволюционной России и в первые годы Советской власти заметную роль в хозяйственном развитии — в обрабатывающей и добывающей промышленности, сельском хозяйстве, железнодорожном строительстве — сыграли иностранные концессии. Из этого, однако, вовсе не следует, что принцип договоренности государства с частным инвестором может и должен распространяться только на иностранный капитал, как раз наоборот — в первую очередь, на отечественный.

Существуют различные теории концессий — от административно-правовых во Франции, до договорных — в странах англо-саксонского права. При этом под концессией понимают акт, посредством которого государство наделяет частное лицо правом участвовать в осуществлении некоторых из своих функций в хозяйственной сфере, договор между государством и частным инвестором в отношении государственной или муниципальной собственности или монопольных видов деятельности.

Концессионные соглашения, которые исторически были первым видом договоров на разведку и освоение нефтяных месторождений, и сейчас широко используются во многих странах. В 80-е гг. XX в. более чем в 120 странах законодательство предусматривало предоставление концессий. Это, однако, не означает, что правительство той или иной страны не может одновременно заключать и другие виды договоров на разведку и добычу нефти. Там, где имеется специальное законодательство, регулирующее развитие нефтяной промышленности, концессии на разведку могут называться лицензией или разрешением, а на эксплуатацию месторождения — договором аренды. Такая практика существует в Великобритании, Норвегии, США, Австралии. И дело не в том, что лучше — концессия или лицензия, СРП или сервисный контракт. Главное, чтобы законодательство решало вопросы правовой стабильности договоров, обеспечивало разумную систему расчетов.

Сегодня концессионные контракты, как чисто договорная форма, широко используется во Франции, Италии, Германии и в десятках других стран системы континентального права. В нынешней России исходят из лицензионного порядка предоставления пользовательских прав. Так в 2012 году НК «Роснефть» приобрела две лицензии на геологическое изучение с целью поиска и оценки залежей углеводородов на участки в Чеченской Республике. Лицензионная система сама по себе — это правовой инструмент предоставления пользовательских прав, инструмент регулирования отношений инвестора с государством. Но очень важны условия, в которых она действует. Во многих странах мира лицензионная система работает вполне успешно. Однако, это, как правило, страны с прочными, давно устоявшимися институтами защиты прав

собственности, развитым рыночным хозяйством, стабильной экономикой, традициями правового государства и гражданского общества.

В России договорные отношения между государством и частным инвестором в недропользовании все-таки стали свершившимся фактом в начале 1999 г., после того, как был принят пакет законодательных актов о СРП. Принятие концессионного законодательства открывает возможность заключения соглашений в недропользовании и в тех случаях, когда законодательство о СРП помочь ничем не может: когда нет произведенной продукции или нужно связать несколько технологических этапов в единый проект — уже за пунктом раздела, где, собственно, заканчивается СРП.

Суть СРП заключена в самом названии — это «соглашение» и «раздел продукции». Государство и инвестор оговаривают все условия разработки месторождения, фиксируют их в контракте, а произведенную продукцию делят в соответствии с договоренностями. Соглашение предполагает ответственность сторон. А вот с этим как раз и возникают проблемы. В России и государство, и инвесторы относятся к договору как к долговой расписке.

Многие проблемы СРП — это в определенной мере следствие распространенного в нашем отечестве правового нигилизма. В принципе, всякую произведенную продукцию нужно делить. Налоговая система — лишь один из способов такого дележа. Если речь идет о праве пользования государственным имуществом на срочной и возмездной основе, в строгом соответствии с Бюджетным кодексом имеется в виду некая разновидность арендной платы — неналоговых платежей.

Любая налоговая система представляет собой набор универсальных платежей инвестора вне зависимости от условий его работы. Следовательно, в одно и то же время по независящим от них причинам одни инвесторы будут получать сверхприбыль, а другие — будут бороться за предоставление им налоговых льгот, при наличии которых их проекты становятся рентабельными. Таким образом, при любой налоговой системе, государство изначально отсекает часть проектов, разработка которых является нерентабельной без налоговых льгот, и получает меньше, чем могло бы налоговых поступлений от проектов, оказавшихся в сравнительно благоприятных условиях.

Рентные платежи, а именно к таковым относятся арендные платежи в рамках концессионных соглашений или СРП, являются сугубо индивидуальными, позволяющими учитывать индивидуальные условия каждого месторождения полезных ископаемых. Именно рентные платежи позволяют государству получить с инвестора оптимальную цену за предоставление ему своих минерально-сырьевых ресурсов во временное пользование. И этого можно добиться через сближение позиций сторон путем переговоров — на стороне гражданско-правовых отношений. Инвестиционный проект в рамках СРП оценивается на условиях проектного финансирования. Действительно ключевым условием для инвестора является

не наличие льгот, а обеспечение стабильности экономических условий контрактов, чтобы можно было просчитать сроки и порядок возврата вложенных средств.

Если разработка месторождений идет в освоенном районе, где уже есть инфраструктура, инвестиции можно брать из доходов от текущей добычи. А вот если начинать с нуля, нужно несколько лет только тратить деньги и потом окупать затраты. И вот в этом случае режим СРП просто незаменим: здесь и гарантии неизменности правовых условий, и возможность подобрать оптимальный режим уплаты платежей — как по срокам, так и по размеру. Особенность СРП — это умение реально учитывать состояние дел, обеспечивая быструю реакцию на изменение рыночной конъюнктуры в зависимости от фазы разработки отдельных месторождений. Для ЧР такая гибкость имеет особое значение. Здесь существуют заведомо повышенные требования к безопасности, в том числе экологической, к страхованию от всякого рода неожиданностей. Если СРП — система индивидуального, выверенного подхода к каждому месторождению, то в ЧР подобный индивидуализм возведен в квадрат — необходимо учитывать различные политические и социальные факторы.

Более того, перспективными могли бы стать проекты, связывающие несколько участков недр в рамках отдельных СРП — с единой инфраструктурой, возможно по географическому принципу. Опыт «удмуртского проекта», в рамках которого рассматривалась возможность разработки сразу 11 месторождений и участков недр, мог бы быть полезен для Чеченской Республики. К сожалению, сегодня в России совсем другой режим СРП, который отличается от существовавшего до начала 2003 года.

Подготовка и принятие главы Налогового кодекса о СРП вылились в ревизию основных принципов системы СРП в России.

Так, при реализации СРП цена нефти привязывается к мировой цене сорта «Юралс», игнорируя возможность и неизбежность продажи нефти внутри страны. Теперь Закон «О СРП» содержит значительно более широкий перечень налогов, чем ранее. Замена роялти на НДС (налог на добычу полезных ископаемых) — замена для инвесторов СРП неравноценная, а уж увеличение до 100 % ставки налога на добычу нефти и газового конденсата при достижении проектного коммерческого уровня добычи сводит раздел продукции к замене одной таможенной пошлины. Фактически схема «раздел продукции вместо налогов» заменяется формулой «раздел продукции плюс налоги».

Помимо возвращения почти всех налогов в качестве подлежащих уплате появились новые ограничения:

- 32 % произведенной продукции — нижний предел доли государства при «прямом разделе»;
- 75 % и 90 % — уровень компенсационной продукции, соответственно, для добычи на суше и для континентального шельфа;
- не более 2 % возмещаемых затрат — на управленческие расходы.

Принятая поправка в Закон «О СРП» гласит, что «оборудование, технические средства и материалы считаются российского происхождения при условии, что они изготовлены из узлов, деталей и комплектующих, не менее чем на 50 % в стоимостном выражении произведенных на территории РФ». Если условие о 70 % российского участия будет нарушено, инвестор теряет право компенсировать приобретение такого оборудования из прибыльной продукции и автоматически переходит на обычный режим уплаты налогов. Еще и указан срок, в течение которого инвестор должен привлечь российских подрядчиков: приобретение оборудования, технических средств и материалов российского происхождения должно быть в объеме не менее 70 % общей стоимости приобретенных в каждом календарном году для выполнения работ по соглашению оборудования.

Пытаясь выстроить новую конструкцию закона о СРП, законодатели запретили безаукционный выбор инвестора в тех случаях, когда «интересы обороны и безопасности государства требуют заключения соглашений с конкретным инвестором». Признавая на словах актуальность перевода на СРП месторождений градообразующего значения, остановка работы на которых приведет к негативным социальным последствиям, тем не менее, предлагается сначала прекратить разработку таких месторождений, чтобы, возможно, возобновить работы на условиях СРП через несколько лет, когда уже произойдет социальная катастрофа. Для того чтобы перепроверить отсутствие возможности разрабатывать участок недр на обычных условиях, предложена новая система: перспективы разработки участка недр на условиях СРП обсуждаются лишь в том случае, если на аукционе, на котором этот

участок недр предлагался в пользование на лицензионных условиях, так и не нашлось ни одного претендента. После этого Правительство может внести в Думу законопроект о включении данного инвестиционного проекта в перечень участков недр, по которым могут заключаться СРП. Принятый закон позволяет Правительству начать подготовку нового аукциона теперь уже на право разрабатывать месторождение на условиях СРП. При этом переговорная компания должна быть сформирована Правительством в течение полугода после подведения итогов аукциона и обязана подготовить соглашение к подписанию за один год. Такая правовая конструкция эффективно работать не сможет и заключение новых проектов на условиях СРП маловероятно, а инвестиции, рабочие места и платежи в бюджеты всех уровней нужны.

Парализовав режим СРП, Правительство и Дума серьезно подорвали конкурентоспособность ряда компаний, которые собирались наращивать запасы, а затем и добычу нефти. В том числе, НК «Роснефть» и ее возможности по эффективному восстановлению экономики Чеченской Республики. Стране нужны не оффшоры, не налоговые льготы, а проверенные временем, признанные в мире инвестиционные режимы — концессии, СРП. Пример Сахалина показывает, что главное не изменять своим принципам и упорно работать, и инвестиции придут в регион. Но для этого нужно понимание экономических механизмов.

Сегодня в России сплошь и рядом возникает необходимость использования режима СРП для решения неотложных социально-экономических проблем, при этом, не тратя денег из бюджета, а привлекая частный капитал. К таким регионам относится и Чеченская Республика.

Литература:

1. Азиева Р.Х. Развитие нефтяной промышленности России: прогнозные оценки//Наука и бизнес: пути развития. — 2013 — №5 (23).
2. Азиева Р.Х. Инвестиционная привлекательность нефтяного комплекса для иностранных и отечественных инвесторов// Componentsscientificandtechnologicalprogress — Кипр (Пафос). — 2013 — №2 (17).
3. Грей Ф. Добыча нефти/Пер. с англ. Изд-во: Олимп-Бизнес. 2004. — 416 С.
4. Дьяченко С. Нефтяные концессионные соглашения //Нефть, газ и право. — 1996.-№4. С. 44–49.
5. Юшкарев И.Ю., Немченко С.Б. Правовая природа соглашения о разделе продукции //Нефть, газ и право.- 2005.-№5.-С. 21–25.

7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Проблемы внедрения управленческого учета в сельскохозяйственных предприятиях

Акашева Валентина Вячеславовна, кандидат экономических наук, доцент;

Трифорова Ирина Владимировна, студент;

Ельмеева Ирина Геннадьевна, студент

Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева (г. Саранск)

Производимые в последнее десятилетие в нашей стране реформы в аграрном секторе должны были дать мощный толчок для насыщения рынков собственными продовольственными товарами и динамического развития агропромышленного комплекса в целом. Но избранная модель аграрной реформы, которая включала в себя изменение форм собственности, переход на слабо регулируемые рыночные отношения и игнорирование ее социально-экономических последствий, не принесла заметных положительных результатов, характеризующихся повышением эффективности и ростом объемов производства. Кроме этого в этом секторе нарастали и негативные явления, связанные с общим кризисом экономики, спадом производства, бюджетным дефицитом и финансовой нестабильностью. Производство продукции сельского хозяйства снижается из-за уменьшения посевных площадей, поголовья скота, сокращения фондооснащенности, фондовооруженности труда, трудовых ресурсов.

Выходом из сложившейся ситуации может стать лишь создание эффективной системы управления, благодаря которой возможно эффективное ведение производственной деятельности в сельском хозяйстве, выявление и мобилизация внутренних резервов в производстве, что является одной из самых актуальных задач любой сельскохозяйственной организации.

Основной информационной базой эффективного управленческого решения в системе управления сельскохозяйственным производством является управленческий учет. Он оказывает непосредственное влияние на результативность финансово-хозяйственной деятельности организации и выступает в качестве её внутренней информационной системы, которая:

- обеспечивает принятие адекватных управленческих решений руководством экономических субъектов;
- повышает их качество и оперативность;
- позволяет анализировать различные хозяйственные ситуации;
- позволяет контролировать и планировать результаты хозяйственной деятельности;

— позволяет оценивать вклад каждого структурного подразделения в достижение конечного финансового результата. На большинстве российских сельхозпредприятий управленческий учет либо развит слабо, либо не ведется совсем. Сельхозпроизводители и фермеры не уделяют должного внимания его ведению, поскольку они слабо информированы о преимуществах, которые дает управленческий учет. Помимо этого сама отрасль в целом слишком консервативно воспринимает любые изменения. В связи с этим отечественное сельское хозяйство значительно уступает по своей эффективности западному.

Но все же основные проблемы в сфере управления сельскохозяйственными предприятиями, как правило, вытекают из неполноты информации для принятия решений. Так всякое управленческое решение должно базироваться на достоверной, правдивой, своевременной и полной учетной информации, которая в свою очередь требует применения системного подхода и развития методических основ управленческого учета и анализа. А в Российской Федерации, как известно, отсутствуют методические рекомендации по организации управленческого учета в отдельных отраслях экономики и единая методологическая основа.

Вследствие нехватки информации предприятие получает значительные объемы потерянной или недополученной прибыли, а искаженные представления о себестоимости продукции приводят к ошибочным выводам относительно эффективности и рентабельности сельского хозяйства на разных участках.

В агропромышленном комплексе России на различных уровнях пока не существует специально организованной информационной системы управления, которая могла бы объективно и адекватно отражать разные тенденции и аспекты, и позволила бы предвидеть воспроизводственный процесс, а в итоге — оптимизировать деятельность организаций, отраслей, сфер подкомплексов, внутренних структурных подразделений и АПК в целом.

Для решения вышеупомянутой проблемы можно выделить две основные задачи: первая — использование и адаптация существующего опыта, в том числе совет-

ского, в новых условиях ВТО. Вторая — разработка новых параметров учета, необходимых для управления сельскохозяйственной организацией, создание системы для получения этих параметров и контроля финансовых и управленческих решений, применение новых подходов к анализу финансовых результатов и калькулированию себестоимости. [1]

Решив проблему создания устойчивой информационной системы управления, российские предприятия смогут непосредственно повысить конкурентоспособность данной отрасли, сделать её устойчивой к динамично меняющимся условиям рынка.

Поскольку вопросы организации и ведения управленческого учета официально не регулируются российским законодательством, они остаются наиболее сложными и востребованными в отечественной методологии учета. Но существующие на сегодняшний день теоретические исследования различных авторов не позволяют в полной мере использовать преимущества управленческого учета на практике. Это связано, во-первых, с тем, что в России определение управленческого учета до настоящего времени не получило в экономической литературе более или менее четкой и однозначной трактовки, а во-вторых, с тем, что авторы в большинстве случаев не учитывают отраслевые особенности хозяйствующих субъектов, и их исследования чаще всего опираются на западные технологии управления, которые достаточно сложно адаптировать к сложившимся традициям управления отечественными предприятиями, а тем более, сельскохозяйственными. Поэтому возникает необходимость проведения глубоких исследований экономической природы, сущности и содержания управленческого учета, его теоретических основ, для того чтобы руководители осознали роль управленческого учета в организации, достаточно четко понимали его цели и задачи. [2]

В основу организации управленческого учета должен быть положен рациональный порядок отражения данных на счетах учета. Построение управленческого учета в сельском хозяйстве должно быть направлено на нужды управления в информации и обеспечивать учет и контроль затрат по объектам учета: в растениеводстве — это сельскохозяйственные культуры (группы культур), в животноводстве — группы животных как по структурным подразделениям, так и по предприятию в целом, а также анализ, оценку и планирование направлений развития финансово-хозяйственной деятельности предприятия. [4]

Внедрение управленческого учета невозможно без применения современного программного обеспечения и информационной технологии. Широкий выбор сельскохозяйственными предприятиями видов программного и технического обеспечения позволит эффективно использовать технические средства в практике управленческого учета. На наш взгляд, автоматизация учетных процессов и внутрихозяйственного планирования позволит наиболее эффективно координировать работу подразде-

лений и решать значительный круг внутренних управленческих проблем предприятия. [3]

Мы полагаем, что концепция управленческого учета может основываться на следующих принципах:

- управление предприятием через делегирование обязанностей и ответственности от центра и до первичных подразделений;
- оплата труда по конечному результату каждого подразделения;
- бизнес-планирование снизу вверх;
- управленческий учет, основанный на контроле доходов и расходов отдельных подразделений и всего предприятия в целом.

Для организации управленческого учета предприятию, на наш взгляд, необходимо:

- а) разработать элементы учетной политики для целей управленческого учета;
- б) определить организационно-финансовую структуру предприятия путем выделения центров ответственности;
- в) классифицировать затраты для целей управления;
- г) создать систему бюджетирования на предприятии;
- д) сформировать систему внутренней управленческой документации и отчетности;
- е) автоматизировать учетно-аналитические процедуры.

В сельскохозяйственном производстве целесообразно создавать центры ответственности в зависимости от содержания и характера функций, которые выполняют службы предприятия, ответственные за использование в производстве соответствующих видов ресурсов. Центры ответственности за использование ресурсов могут создаваться на базе ведущих отделов, а центры ответственности за организацию производства и управления — путем подчинения соответствующих производственных подразделений и служб главному агроному, главному зоотехнику, главному инженеру или главному гидротехнику.

Центры ответственности за использование ресурсов, за организацию производства и управления должны отвечать также за размеры затрат, которые связаны с производственным потреблением. Понятия места возникновения затрат, центра затрат и центра ответственности в управленческом учете, по нашему мнению, необходимо рассматривать по трем направлениям их формирования: производственной — с точки зрения потребления ресурсов; организационной, с учетом целесообразности и наличия объективных условий организации контроля и регулирования расхода ресурсов; учетно-аналитической, исходя из возможностей учета и определения размеров затрат, их анализа и контроля.

Организационной основой места возникновения затрат, центров затрат и центров ответственности является реорганизационная структура производства и управления. С учетно-аналитических позиций центры затрат и центры ответственности определяются их методологическим единством. Издержки, связанные с производ-

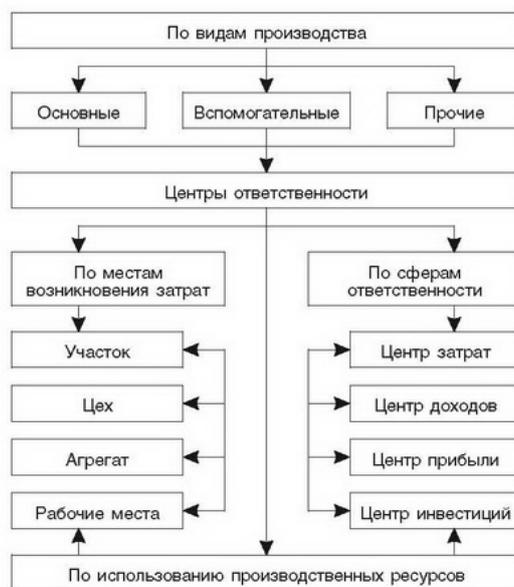


Рис. 1. Модель построения центров ответственности в управленческом учете

ственным потреблением ресурсов, учитываются в разрезе центров затрат и центров ответственности, вплоть до места возникновения затрат на основе аналитической учетной информации. При этом аналитический учет в разрезе статей затрат может охватывать участок, цех, агрегат, рабочие места, а в некоторых случаях крестьянские хозяйства.

На рис. 1 представлена модель построения центров ответственности в управленческом учете при использовании производственных ресурсов в сельскохозяйственных организациях. Организация управленческого учета по производственным ресурсам обеспечивает условия для его детализации по центрам ответственности на всех уровнях управления, вплоть до рабочих мест.

Формирование центров ответственности на базе производственных подразделений-отделений (агроучастков), бригад, звеньев, арендных и семейных подрядов, крестьянских хозяйств и т. п. без конкретизации ответственности за использование отдельных видов ресурсов мало эффективна. Ответственность необходимо конкретизировать в разрезе соответствующих специалистов и должностных лиц. [4]

Кроме этого, для создания эффективного управленческого учета сельскохозяйственным предприятиям необходимо исследовать особенности функционирования и действенность бюджетирования как способа контроля и оценки эффективности управленческих решений. Бюджетирование объединяет в себе планирование деятельности структурных подразделений через составление операционных бюджетов, контроль их деятельности с помощью отчетов об исполнении бюджетов, а также мотивацию участников производственного процесса к достижению поставленных целей подразделения и в целом предприятия. Ключевыми моментами бюджетирования

являются координация, адресность и оценка затрат. Бюджетирование должно иметь место в системе управленческого учета, так как позволяет руководству планировать производственно — финансовую деятельность предприятия, проводить оперативный анализ ее результатов и принимать эффективные управленческие решения.

Для сельскохозяйственных отраслей актуальность проблемы внедрения управленческого учета, как мы выяснили, очевидна. [5]. В настоящее время отечественные агропромышленные предприятия, функционируя в условиях конкуренции за качественную дешевую продукцию и борьбы за выживание, испытывают острую необходимость в организации действенной системы управленческого учета на основе единых принципов планирования, учета, оценки, калькулирования, анализа и контроля в управлении производством. Поэтому проблема внедрения управленческого учета приобретает первостепенное значение. Мы выяснили, что для организации управленческого учета на предприятии конкретной отраслевой направленности определяющим шагом является выделение центров ответственности определенного типа. В современных сельскохозяйственных предприятиях наиболее приемлемым типом является центр ответственности по затратам. В семеноводческих хозяйствах (опытных станциях и опытно — производственных хозяйствах) по экономико-организационным и технологическим параметрам центры ответственности целесообразно выделять по бригадам, звеньям и опытным участкам. Организация разработки и внедрения системы управленческого учета на сельскохозяйственных предприятиях должна проходить в постепенном, взаимообусловленном и обоснованном воплощении в практическую учетно-аналитическую деятельность идей управленческой ориентации.

Литература:

1. Еремеев В. И. Управленческий учет — интегрированная внутрихозяйственная информационная система / В. И. Еремеев, В. А. Константинович, А. В. Гешель // АПК: экономика, управление — № 1, 2009 г.
2. Маслова О. Г. Внедрение управленческой отчетности на сельскохозяйственном предприятии / О. Г. Маслова // Теория и практика формирования учетно-аналитической системы на предприятиях разных отраслей экономики: материалы международной научно-практической конференции (19–20 апреля 2010 г., Орел). — Орел: ОрелГТУ, 2010. — с. 88–96
3. Новоселова С. А. Организация управленческого учета на сельскохозяйственном предприятии / С. А. Новоселова, С. А. Склярова, Т. В. Леденева // Бухгалтерский учет, аудит и налоги: основы, теория и практика: Материалы III Всерос. науч. — практ. конф. / РИО ПГСХА. — Пенза, 2006.
4. Раметов А. Х. Модель управленческого учета в сельскохозяйственных организациях / [Электронный ресурс] // <http://www.iprnou.ru> — Режим доступа: <http://www.iprnou.ru/article.php?idarticle=009761>
5. Акашева В. В. Особенности учета биологических активов [Текст] / В. В. Акашева, Ю. В. Трунтаева // Молодой ученый. — 2013. — № 2. — С. 106–108.

Анализ концентрации и тенденций к консолидации на российском рынке кальцинированной соды в 2012–2013 гг.

Бурко Роман Александрович, ассистент;

Гунина Ольга Николаевна, студент

Березниковский филиал Уральского государственного экономического университета

В июне 2010 года ОАО «Березниковский содовый завод» (ОАО «БСЗ») вошел в состав группы ОАО «Башкирская химия», которая была создана «в 2005 году для управления, развития и координации деятельности ряда

химических и нефтехимических предприятий». [7] Компания, структура которой представлена на рисунке 1, объединила подотчетные ей предприятия в единый холдинг — «Башкирскую содовую компанию» (БСК).



Рис. 1. Структура ОАО «Башкирская химия» [8]

По данным «Независимой уральской газеты», до 2018 года «компания планирует инвестировать в развитие 60 млрд. руб». [5] Среди запланированных инвестиций — крупный проект для ОАО «БСЗ», предусматривающий вложения в размере 1,5 млрд. руб., с целью увеличения мощности годового выпуска продукции до 600 тыс. тонн в год и снижения себестоимости за счет самообеспечения (строительство станции рассолоподготовки и новой ТЭЦ) и повышения эффективности производства.

Также, за счет консолидации и перераспределения финансовых средств, планируется решить сырьевой вопрос для ОАО «Сода». 90 % первоначальных запасов месторождения горы Шахта, которое используется предприятием, уже исчерпаны. При этом удаленное расположение альтернативного Каранского месторождения вызывает опасения о возможном повышении себестоимости продукции.

Руководство компании возлагает большие надежды на синергетический эффект от объединения технологически родственных компаний, однако по мнению ряда экспертов, ее укрупнение с равной вероятностью может снизить эффективность управления.

Между тем, новостной портал GlassNews назвал приобретение ОАО «БСЗ» компанией ОАО «Башкирская химия» «торжеством монополизма на рынке пермской соды». [9]

Бельгийский химический концерн Solvay в сентябре 2009 года подписал с владельцем ОАО «БСЗ» соглашение о выкупе контрольного пакета акций. В период ожидания одобрения сделки от ФАС, заявки на приобретение актива также подали представители ОАО «БашХим». В итоге предложение Solvay было отклонено.

«Представители Solvay уже заявили, что глубоко разочарованы административной процедурой, которая привела к ликвидации конкуренции на рынке кальцинированной соды в России». [9] После покупки ОАО «БСЗ» ОАО «БашХим» сможет контролировать, по разным оценкам, от 70 до 80 % российского рынка кальцинированной соды.

Подобная ситуация складывалась в 2008 году, когда ОАО «Сода» и ОАО «БСЗ» совместно сбывали про-

дукцию через ОАО «Единая торговая компания». На тот момент внутренние цены на кальцинированную соду приблизились к мировым.

Другой случай нарушения антимонопольного законодательства ОАО «БашХим» — раздел рынка суспензионного поливинилхлорида (ПВХ-С) совместно с ОАО «Единая торговая компания», ОАО «Саянскхимпласт», ООО «Сибирская химическая компания», ООО «Никохим» и ОАО «Каустик». Подобные действия были расценены ФАС как картельное соглашение, «компания-правонарушители были подвергнуты административному преследованию». [6]

Очевидно, что ОАО «БашХим» успешно реализует стратегию по достижению положения доминирующей фирмы.

«Российским законодательством установлен простейший количественный критерий для отнесения того или иного предприятия к категории предприятий-монополистов или занимающих доминирующее положение на рынке — превышение пороговой доли на данном торговом рынке. В настоящее время она определена в 35 %». [1]

Получив рыночную долю от 70 до 80 %, компания не только получит возможность влиять на цены внутреннего рынка, но и проводить дискриминационную ценовую политику, объединяя информацию о клиентской базе и объемах производства.

Количественно рыночную власть фирмы можно попробовать определить с помощью показателей концентрации. Наиболее распространен среди них *индекс Херфиндаля-Хиршмана (НИ)*, который характеризует распределение рыночной власти между всеми субъектами рынка и рассчитывается как сумма квадратов рыночных долей всех субъектов рынка в общем его объеме.

Данные о рыночных долях фирм, производителей кальцинированной соды в России представлены в таблице 1.

В 5-м столбце представлены возведенные в квадрат рыночные доли участников рынка. Расчеты производятся в процентах. Значение итоговой строки 5-го столбца — это индекс Херфиндаля-Хиршмана для рынка кальцинированной соды в России на 2012 год.

$$НИ_{2012} = \sum y^2 = 3922,6\%$$

Таблица 1

Объем производства кальцинированной соды российскими предприятиями в абсолютном и относительном выражении, 2012 г.

№	Производство кальцинированной соды	2012 г.		
		тыс. т.	удельный вес, % к итогу (y)	y ²
1	ОАО «Сода»	1596,2	56,4 %	3181,7 %
2	ОАО «Ачинский глиноземный комбинат» (РУСАЛ)	538,0	19,0 %	361,5 %
3	ОАО «Березниковский содовый завод»	523,7	18,5 %	342,5 %
4	ЗАО «Пикалевская сода»	171,9	6,1 %	36,9 %
Итого		2829,8	100,0 %	3922,6 %

Таблица 2

Рыночные доли производителей кальцинированной соды в России после объединения ОАО «Сода» и ОАО «БСЗ»

№	Производство кальцинированной соды	удельный вес, % к итогу (y)	y ²
1. ОАО «БашХим»	ОАО «Сода»	74,9 %	5612,0 %
	ОАО «Березниковский содовый завод»		
2	ОАО «Ачинский глиноземный комбинат» (РУСАЛ)	19,0 %	361,5 %
3	ЗАО «Пикалевская сода»	6,1 %	36,9 %
Итого		100,0 %	6010,4 %

По причине отсутствия данных о производстве продукта за 2013 год, значение индекса ННІ после объединения двух крупных игроков можно рассчитать лишь примерно, путем суммирования их долей. Такое вероятный сценарий развития представлен в таблице 2.

Таким образом, при условии незначительного изменения экономической конъюнктуры, стабильном функционировании предприятий значение ННІ в высокой долей вероятности составит:

$$ННІ^* = \Sigma y^2 = 6010,4\%$$

Изменение индекса в результате консолидации:

$$\Delta ННІ = ННІ^* - ННІ^{2012} = 6010,4\% - 3922,6\% = 2087,8\%$$

Данный индекс используется в США для классификации слияний.

Данному случаю соответствует следующая характеристика: «Если ННІ превышает 1800, рынок считается высококонцентрированным. В отношении слияний в этом интервале значений (1800–10000) действуют две нормы. Если в результате слияния ННІ увеличивается не более чем на 50 пунктов, слияние обычно разрешается. Если же он увеличивается более чем на 100 пунктов, слияние запрещается. Рост ННІ на 51–99 пунктов становится, как правило, основанием для дополнительной проверки целесообразности слияния». [1]

Можно сделать вывод, что российский рынок кальцинированной соды в России был высококонцентрированным еще до того, как ОАО «БашХим» объединило ОАО «Сода» и ОАО «БСЗ»: $ННІ^{2012} = 3922,6\% > 1800\%$.

Изменение индекса после слияния составило 2087,8%, что превышает 100 пунктов.

Выше уже были отмечены негативные последствия доминирования фирмы на рынке.

Между тем, положительным аспектом станет то, что объединение «будет способствовать защите российского рынка от экспансии зарубежных производителей и позволит сохранить отечественную отрасль производства кальцинированной соды». [5]

На мировом рынке соды действуют крупные корпорации, располагающие свои производства в различных странах мира. С этой точки зрения сохранение активов внутри страны является условием сохранения конкурентоспособности нашей страны в мировой системе разделения труда.

Главные тенденции на мировом рынке кальцинированной соды:

1. Объединение производственных единиц в рамках транснациональных корпораций

2. Строительство новых производственных площадок в развивающихся странах за счет инвестирования ТНК

Наиболее значимые события в области производства кальцинированной соды в мире представлены в таблице 3.

Информация об инвестициях в проекты мировых конкурентов позволяет сделать вывод о возрастающем спросе на кальцинированную соду, который привлекает инвесторов в данную отрасль промышленности.

В 2014–2015 году будут введены в эксплуатацию новые производственные мощности, что усилит борьбу между производителями за долю рынка.

Группа компаний Solvay является одним из крупнейших игроков мирового рынка. Область ее деятельности — не только химическая промышленность, но и производство пластмассы.

На данный момент Solvay имеет производственные площадки по всему миру, в том числе в:

- Италии
- Испании
- Болгарии
- США

Управление многочисленными активами группа Solvay использует для адаптации в конкурентной среде. Так, согласно заявлению компании, в 2013–2016 гг. планируется реструктуризация «на 6 содовых заводах и сокращение расходов на европейских объектах на 100 млн. евро в год. В частности, планируется закрытие содового завода в Португалии и снижение на 40% производственной мощности содового завода в Италии, что позволит более эффективно использовать имеющийся потенциал предприятий компании в Испании и Болгарии. Одновременно группа Solvay расширяет примерно на 12% мощность завода природной соды в США. Предполагается, что столь амбициозный план позволит Группе Solvay в течение трех лет полностью адаптироваться к изменениям в конкурентной среде и обеспечить при этом ее рентабельность в долгосрочной перспективе». [4]

Таким образом консолидация предприятий является мировой тенденцией, которая обеспечивает конкурентоспособность производителей в условиях мировой интег-

Таблица 3

Наиболее значимые инвестиционные проекты в отрасли, актуальные на 2013 год [составлена по данным 2]

Страна	Компания	Сущность проекта	Годы реализации проекта	Объем инвестиций в проект	Производственная мощность
Саудовская Аравия	Idea Soda Ash и Calcium Chloride Company (Isacc)	Объект по производству кальцинированной соды и хлорида кальция с использованием новейших технологий	2011–2014 гг.	293,3 млн. долл.	До 800 тыс. т./год (по данным Индастриал Минералз — 500 тыс.т кальцинированной соды и 575 тыс.т хлористого кальция)
Казахстан	Турецкая компания «Enkim»	Строительство в Казахстане завода по производству кальцинированной соды	2012–2015 гг.	300 млн. долл.	400 тыс. т. в год с возможностью наращивания до 600 тыс. т. кальцинированной соды
Узбекистан	Государственная акционерная компания «Узкимёсаноат»	Расширение мощности «Кунградского содового завода»	2011–2015 гг.	-	Расширение мощности с 100 тыс. т./год до 200 тыс. т./год
Таиланд	Solvay, Бельгия	Строительство завода по производству бикарбоната натрия	2013–2015 гг.	20 млн. евро	100 тыс. т./год
Болгария		Сооружение нового дистиллера с целью минимизации выбросов и снижения потребления пара	2013–2015 гг.	37,5 млн. долл.	Цель проекта — оптимизация расходов компании

рации. С Этой точки зрения объединение ОАО «Сода» и ОАО «БСЗ» является закономерным и защищает внутренний рынок России от проникновения европейской корпорации.

Взаимодействие в рамках ОАО «БашХим» получает эволюционное развитие в форме межгосударственной структуры — «Башкирия и Белоруссия согласовали программу развития сотрудничества на 2013–2015 годы». [3] Согласно ей в Белоруссии планируется создать *белорусско-российскую транснациональную компанию* по выпуску кальцинированной соды. «Планируется, что белорусский завод будет аналогом башкирского ОАО «Сода»». [3] Специалисты ОАО «БашХим» осуществ-

ляют в Белоруссии технологический консалтинг, с целью выбора месторождения, которое станет минерально-сырьевой базой для нового завода.

Таким образом, в результате проведенного исследования удалось выявить рост концентрации фирм на российском рынке кальцинированной соды и доминирующее положение ОАО «БашХим». Однако кроме отрицательных последствий, тенденция к консолидации имеет и свои плюсы: это один из возможных путей повышения конкурентоспособности российской кальцинированной соды за счет синергетического эффекта (при условии эффективного управления предприятием) и защиты российского рынка от экспансии зарубежных корпораций.

Литература:

1. <http://50.economicus.ru/index.php?ch=3&le=30&r=1&z=1>
2. <http://niochim.kharkov.ua/>
3. <http://niochim.kharkov.ua/?q=ru/news/bashkiriya-i-belorussiya-soglasovali-programmu-razvitiya-sotrudnichestva>
4. <http://niochim.kharkov.ua/?q=ru/news/solvay-obyavila-o-svoikh-plana-na-2013-2016-goda>
5. <http://proual.info/society/6235/>
6. <http://proual.info/society/6273/>
7. <http://www.bkh.ru/>
8. <http://www.bkh.ru/about/sk.php>
9. <http://www.glassnews.info/?p=2148>

Параметры оценки конкурентоспособности розничной торговой сети

Жилина Екатерина Валерьевна, аспирант

Уфимский институт (филиал) Российского государственного торгового экономического университета (Башкортостан)

В условиях жесткой конкуренции всегда выживает сильнейший. В последнее время рынок начали захватывать ритейлы, т. е. крупные торговые сети, которые работают под единым брендом и управлением.

По разным оценкам, доля сетевых продуктовых магазинов составляет около 30 % розничного продуктового ритейла, а в городах-миллионниках она превышает 40–50 %.

Конкурентные преимущества сетей перед обычными магазинами очевидны: они обладают высокой долей рынка, отработанной системой логистики, мощной рекламной политикой, развитой маркетинговой стратегией и многим другим.

Динамичное развитие продуктовых торговых сетей вызвало рост конкуренции между ними. Соответственно появилась необходимость в создании методики, которая позволила бы оценить их конкурентное положение на рынке.

На сегодняшний день методики оценки конкурентоспособности торговых предприятий, разрабатываются по двум основным направлениям: определения конкурентоспособности на основе экономических показателей деятельности и на основе мнения потребителей.

М. В. Станиславская [14] решает эту проблему и объединяет в своей методике два этих направления, при этом все показатели делятся на две основные группы:

— показатели потребительских предпочтений: ассортимент реализуемой продукции, качество реализуемой продукции, культура обслуживания, месторасположение розничного торгового предприятия, ценовая привлекательность, атмосфера розничного торгового предприятия, интегрированные маркетинговые коммуникации;

— экономические показатели: рентабельность продаж и доля рынка.

Недостатком данной методики является то, что она учитывает в себе только два экономических показателя: долю рынка и рентабельность продаж. Данные показатели не позволяют судить об уровне конкурентоспособности предприятия в полной мере. Нельзя говорить о том, что предприятие конкурентоспособно только по количеству открытых магазинов. При этом показатель рентабельность продаж может нести в себе ошибочную информацию. У сетей есть такое понятие как ложная лояльность (потребители совершают покупки в данной торговой сети т. к. она находится в шаговой доступности, но не, потому что она им нравится). Таким образом говорить о том, что сеть является конкурентоспособной можно только с учетом показателя лояльности потребителя к ней, что не учитывается автором в предложенной методике.

Похожую методику предлагает В. Л. Белоусов [2], который так же разделяет все показатели на несколько

блоков и проводит оценку конкурентоспособности предприятия с учетом экономических показателей: текущая ликвидность и обеспеченность собственными средствами. Другие же показатели, используемые в оценке, связаны непосредственно с привлекательностью товаров для потребителей.

Общую оценку конкурентоспособности предприятия торговли предложила С. В. Иванова [7], она учитывает в себе способность продавцов удовлетворить запросы различных потребителей продукции. В методике используются следующие коэффициенты:

— коэффициент относительной значимости привлекательности товара предприятия торговли;

— коэффициент относительной значимости привлекательности услуг предприятия торговли;

— коэффициент относительной значимости привлекательности цен предприятия торговли.

Предложенная методика не учитывает экономические показатели деятельности предприятия в отличие от методик М. В. Станиславской и С. В. Ивановой. Говоря о конкурентоспособности торгового предприятия необходимо понимать, что при оценке конкурентоспособности необходимо учитывать две группы показателей: показатели экономической деятельности и предпочтения потребителей. Нельзя проводить оценку целого объекта только с одной стороны. При этом автор использует только три составляющие конкурентоспособности предприятия: привлекательность товара, услуг и цен. Таким образом, данная методика оценивает не конкурентоспособность предприятия, а привлекательность товара.

Методики И. Ш. Джахмишева [5], И. М. Лифица [10], Э. А. Круга [8] так же делают акцент на привлекательность товара, а не на привлекательность магазина в целом, не учитывая при этом экономические показатели деятельности.

Другую достаточно простую методику оценки предлагает Н. Н. Павлова [12]. Методика основана на выявлении степени удовлетворенности покупателей магазинами. Вместе с тем, оценка конкурентоспособности торговых сетей должна предполагать сравнение с другими компаниями — конкурентами, что методикой Н. Н. Павловой не предусмотрено.

Более полную методику оценки конкурентоспособности торгового предприятия по экономическим показателям предложила Е. Н. Ялунина [17]. Она использует целую систему показателей, которые разбиваются на 4 блока:

— эффективность процессов купли-продажи товаров и услуг;

- финансовое положение хозяйствующего субъекта;
- качество обслуживания покупателей на предприятиях розничной торговли;
- оценка рыночного положения экономического субъекта

Предложенная методика позволяет оценить внутреннюю конкурентоспособность предприятия в полной мере, но никак не учитывает мнение потребителей.

Такие авторы как Ш. Ш. Магомедов и И. Ш. Койчакаев [11] предлагают использовать при оценке конкурентоспособности следующие показатели:

- показатель экономической эффективности;
- показатель привлекательности предприятия;
- показатель привлекательности товаров.

Методика является более полной и позволяет проводить комплексную оценку конкурентоспособности предприятия в отличие от методик других авторов. При оценке привлекательности товаров автор использует следующие показатели: доля товаров с истекшим сроком годности, процент возврата продукции, качество упаковки и внешний вид. Данные показатели не подтверждают уровень конкурентоспособности предприятия, а отражают качество товаров поставленных поставщиками т. к. качество упаковки и её внешний вид никак не зависят от предприятия торговли, которое оказывает только услуги реализации. При этом показатели привлекательности предприятия весьма ограничены и не позволяют оценить данный коэффициент в полной мере.

Системную оценку по показателям коммерческого потенциала предприятия розничной торговли приводит М. С. Багданов [1]. Оценка учитывает структуру потенциала по его составляющим и степени их соответствия по принципу парето-эффективности, то есть когда изменение уровня конкурентоспособности одного составляющего элемента ведет к корректировке остальных. К таким составляющим относятся следующее:

- конкурентоспособность товара (цена, качество, широта ассортимента, товары собственной торговой марки, пакет услуг);
- финансовое положение (выручка, финансовая устойчивость, величина оборота, средний чек, инвестиции);
- бренд (качество обслуживания, ребрендинг, внедрение инноваций);
- количество магазинов в сети (распределение по форматам, количество дискаунтеров, открытие новых магазинов, расширение деятельности в регионах, место размещения торговой точки);
- торговая площадь (общая площадь магазинов, ставка арендной платы, функциональная площадь, занимаемая сопутствующими товарами);
- внешняя среда.

Методика предполагает наличие таких показателей, по которым нельзя судить о конкурентоспособности: ставка арендной платы, площадь, занимаемая сопутствующими товарами, количество дискаунтеров, место размещения

торговой точки. Выбранные автором показатели, достаточно трудно оценить и многие из них не имеют отношения к конкурентоспособности. При этом автор сделал предпосылку многосторонней оценки конкурентоспособности предприятия. Он оценивает как внешние, так и внутренние показатели деятельности. При этом он предложил в своей методике те показатели, которые не использовались ранее: товары под собственной торговой маркой, средний чек, бренд, расширение деятельности в регионе. Данные показатели имеют очень большое значение при оценке конкурентоспособности и должны быть учтены в ней.

Другие авторы С. В. Виноградова, Н. В. Маркина [3], Л. Х. Габидуллина [4] в своей методике делают акцент на обслуживании потребителей. О. В. Чкалов и Е. А. Семёнычев [16] акцентируют внимание на привлекательности товара, удобстве размещения и режиме работы. Данные методики используют при оценке факторы, которые не позволяют оценить конкурентоспособность предприятия комплексно т. к. не учитывают экономические показатели деятельности торгового предприятия.

И. Э. Сорокина [15] и А. С. Погарская [13] в своих методиках рассматривают: финансовую и маркетинговую сферу деятельности упуская при этом показатели внешней деятельности предприятия.

Рассмотрев данные методики можно сделать вывод, что авторами не была предложена комплексная оценка конкурентоспособности предприятия. Все методики были направлены на оценку конкурентоспособности предприятия по показателям: привлекательности товара, привлекательности магазина, экономической эффективности, но ни одна методика не объединила их в одно целое.

Оценивая конкурентоспособность продовольственных розничных торговых сетей необходимо понимать, что, прежде всего сеть считается конкурентоспособной, если она полностью удовлетворяет потребности и требования потребителя.

В условиях жесткой конкуренции, торговым сетям становится все труднее находить способы, при помощи которых они могли бы формировать отличительные черты своей сети в глазах потребителей. Таким образом, розничные сети с каждым днем набирают свои обороты и их главная цель накапливать и усиливать свои конкурентные преимущества.

Розничная сеть может быть конкурентоспособна в двух направлениях:

1. Внутренняя конкурентоспособность сети, т. е. её финансовый и экономический потенциал, который не может быть оценен с точки зрения потенциального потребителя.
2. Внешняя конкурентоспособность, которая может быть оценена только непосредственно самим потребителем.

Прежде всего, сеть считается конкурентоспособной, если её внешние параметры в полной мере удовлетворяют потребителя. Потребитель не выбирает сеть для совершения покупки на основе её финансового положения т. к.

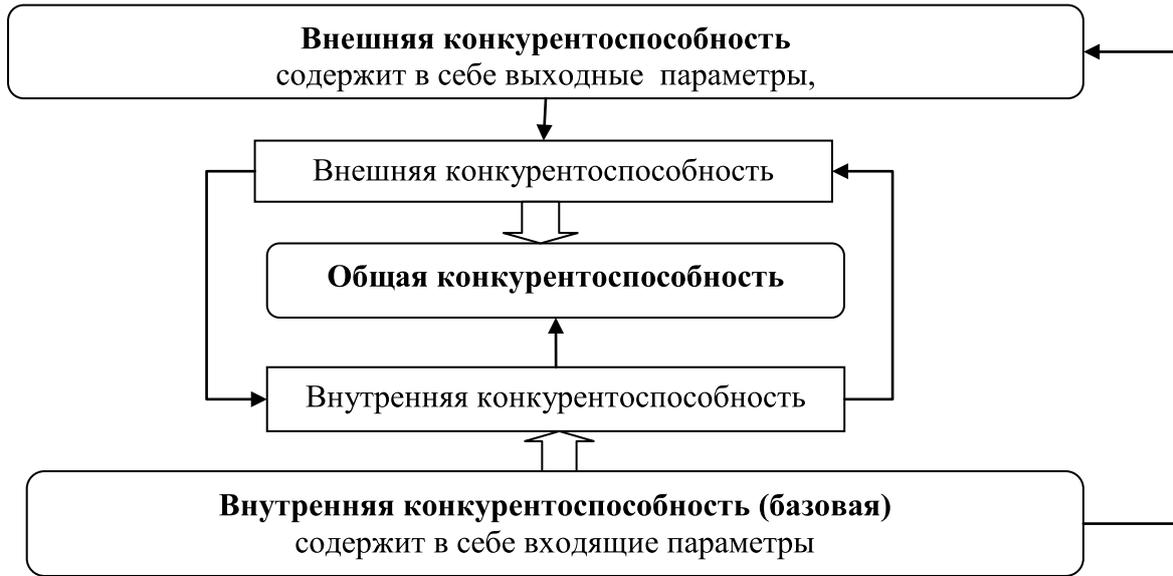


Рис. 1. Модель конкурентоспособности



Рис. 2. Параметры внешней конкурентоспособности

Таблица 1

Параметры внутренней конкурентоспособности

Блок А Оценка эффективности торговой деятельности	Количество завершённых покупок
	Средний чек
	Коэффициент обновления ассортимента
	Количество наименований продукции собственного производства
	Темп роста товарооборота
	Рентабельность продаж
Блок Б Оценка эффективности трудовых ресурсов	Коэффициент установочной площади
	Производительность труда
	Постоянство кадров
	Средняя заработная плата работников
	Доля сотрудников с профессиональным образованием
Блок В Оценка рыночного положения	Затраты на повышение квалификации персонала
	Доля рынка
	Мультиформатность
	Количество магазинов
Блок Г Оценка эффективности Финансовых показателей	Количество охваченных городов, территории
	Коэффициент платежеспособности
	Коэффициент финансовой независимости
	Коэффициент износа основных средств
	Скорость обновления основных средств

для него это не имеет никакого значения. Он идет туда, где ему комфортно и выгодно совершать свои покупки.

Зачастую бывает, что потребителю нравится сеть, и он считает её конкурентоспособной по отношению к другим сетям, но при этом он не знает, что сеть находится на пороге банкротства и наоборот.

Одна из ошибок которую совершают розничные торговые сети это концентрация усилий только в одном направлении. Сеть может формировать внутреннюю конкурентоспособность и совершенно не развивать внешнюю.

При этом внешняя и внутренняя конкурентоспособность не могут функционировать отдельно друг от друга т. к. их взаимосвязь очень тесная.

Внутреннюю конкурентоспособность формирует непосредственно внешняя конкурентоспособность. Потребитель, выбирая данную сеть и совершая в ней покупки, является источником её финансирования. Если потребителя не устраивают внешние параметры, сеть не получает нужную прибыль и её финансовый и экономический потенциал начинает страдать. При этом если у сети слабая внутренняя конкурентоспособность, то она не сможет развить внешнюю т. к. у неё не будет для этого средств.

Таким образом, сети необходимо развивать конкурентоспособность непосредственно в обоих направления (Рис. 1).

Как уже было сказано выше, конкурентоспособность розничной торговой сети определяет непосредственно потребитель. Автор разбивает параметры внешней конкурентоспособности на 4 блока (Рис. 2).

Главным принципиальным отличием данной модели является то, что она учитывает показатели конкуренто-

способности в полной мере. При этом автор расширил показатели комфорта, учитывает рейтинг сети и показатели внешней деятельности предприятия (спонсорство, проведение праздников).

Основные параметры содержат в себе показатели первичных запросов потребителей (при выборе сети потребитель учитывает те параметры, которые доступны для его понимания). Параметры комфорта способны формировать лояльность к торговой сети на подсознательном уровне. Стимулирующие параметры привязывают к себе потребителя и удерживают его. Внешние параметры формируют имидж предприятия в целом.

Автор предлагает параметры внутренней конкурентоспособности, которые необходимо учитывать при комплексной оценке конкурентоспособности предприятия торговли (Таблица 1).

Предложенные автором параметры внешней и внутренней конкуренции имеют принципиальное отличие от параметров, предложенных другими авторами. Модель конкурентоспособности учитывает в себе все направления оценки по: экономическим показателям, мнению потребителей, привлекательности товара, маркетинговой деятельности. При этом автором введены показатели, не используемые ранее: рейтинг торговой сети, параметры комфорта, наличие отдела собственного производства, эффективность трудовых ресурсов. Таким образом, предложенная модель позволяет оценить конкурентоспособность розничной торговой сети комплексно на основании более полного учета показателей конкурентоспособности.

Литература:

1. Богданов М. С. Оценка конкурентоспособности предприятия сетевой розничной торговли // Теория и практика общественного развития // Институт социологии РАН. — 2012. — № 8. — С. 350–354.
2. Белоусов В. Л. Анализ конкурентоспособности фирмы // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 5.
3. Виноградова С. В., Маркина Н. В. Конкурентоспособность торговой услуги // Вестник СПбГУ. — 2006. — № 2. — с. 110–129.
4. Габидуллина Л. Х. Управление конкурентоспособностью крупных торговых сетей на региональном рынке продовольственных товаров: Автореферат / Габидуллина Л. Х. — 2012. — 23 с.
5. Дзахмишева И. Ш. Методика оценки конкурентоспособности услуги розничной торговой сети // Маркетинг в России и за рубежом. — 2004. — № 3. — С. 93–107
6. Зулъкарнаев И. У., Ильясова Л. Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий / И. У. Зулъкарнаев, Л. Р. Ильясова // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 4. — с. 35–43.
7. Иванова С. В. Статья опубликована в журнале «Российское предпринимательство» № 9 Вып. 2 (167) за 2010 год, С. 124–128. Рубрика: торговля
8. Круг Э. А. Оценка конкурентоспособности розничных торговых предприятий: Автореферат / Круг Э. А. — 2010. — 23 с.
9. Левшина О. Н. Современные методы обеспечения конкурентоспособности в предпринимательстве. — М.: Юриспруденция, 2008. — 176 с.
10. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М.: Юрайт-М, 2001 с.
11. Магомедов, Ш. Метод оценки конкурентоспособности предприятия розничной торговли // Маркетинг. — 2007. — № 5. — С. 91–102.
12. Павлова Н. Н. Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности магазина (сервиса) // Маркетинг в России и за рубежом. — 2005. — № 1. — С. 120–123
13. Погарская А. С. Совершенствование управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг: Автореферат / Погарская А. С. — 2011. — 24 с.
14. Станиславская М. В. Статья опубликована в журнале «Российское предпринимательство» № 09 (207) за 2012 год, С. 135–140.
15. Сорокина И. Э. Конкурентоспособность торговых организаций потребительской кооперации в условиях глобализации // Российский экономический интернет-журнал [Электронный ресурс]: Интернет-журнал АТиСО / Акад. труда и социал. отношений — Электрон. журн. — М.: АТиСО, 2009. — № гос. регистрации 0420900008. Режим доступа: <http://www.e-rej.ru/Articles/2009/Sorokina.pdf>.
16. Чкалова О. В., Семенычева Е. А. Выбор местоположения для торгового предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. — 2002. — № 1. — С. 91–101.
17. Ялунина, Е. Н. Конкурентоспособность розничного торгового предприятия: Автореферат / Е. Н. Ялунина. — Екатеринбург. — 2007. — 25 с.

8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Государственное регулирование финансового сектора США в 2008–2013 годах

Кабакова Наталия Алексеевна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

В статье рассматриваются основные меры государственного регулирования финансового сектора США в кризисный и посткризисный периоды, оценивается их эффективность. При анализе выявлен новый инструмент контроля — ставки по залогам. В работе анализируются основные положения нового закона о финансовом регулировании, выдвинута гипотеза о процикличности законодательных мер.

Ключевые слова: дефолт, учетная ставка, количественное смягчение, «enough money», ставки по залому, закон Додда-Франка.

США исторически являлось государством, основанным на принципах свободного рынка и совершенной конкуренции. Однако возрастающие темпы роста экономики и усиление взаимозависимости между странами повлекли за собой вначале региональные, а затем и мировые кризисы. Мировой экономический кризис 1929–1933 годов, названный в США «Великой Депрессией», стал первым в своем роде примером негативных последствий чрезмерного развития финансового рынка. Этот период стал также отправной точкой развития экономических теорий, предпосылкой которых считалось, что рынок не способен прийти в равновесие самостоятельно, без помощи государства. Так зародилась теория Джона Мейнарда Кейнса, пропагандирующая активное госу-

дарственное вмешательство для стимулирования экономики.

Впоследствии критика работы Кейнса привела к отказу от некоторых ее положений, однако идея государства как третьей стороны, регулирующей рынок, осталась до сих пор. Как заявил Роберт Лукас в 2009 году: «Видимо, в условиях кризиса кейнсианцем становится каждый».

Это и неудивительно, так как разрушающие последствия финансового кризиса 2008–2009 годов до сих пор являются главной проблемой мировой экономики (см. рис. 1–4). США испытали падение ВВП на 0,36 % в 2008 году, а затем на 3,11 % в 2009 г.; уровень безработицы вырос с 4,6 % в 2007 году до 9,6 % в 2010 году; рынок жилья пришел в упадок; пять системообразующих банков обан-

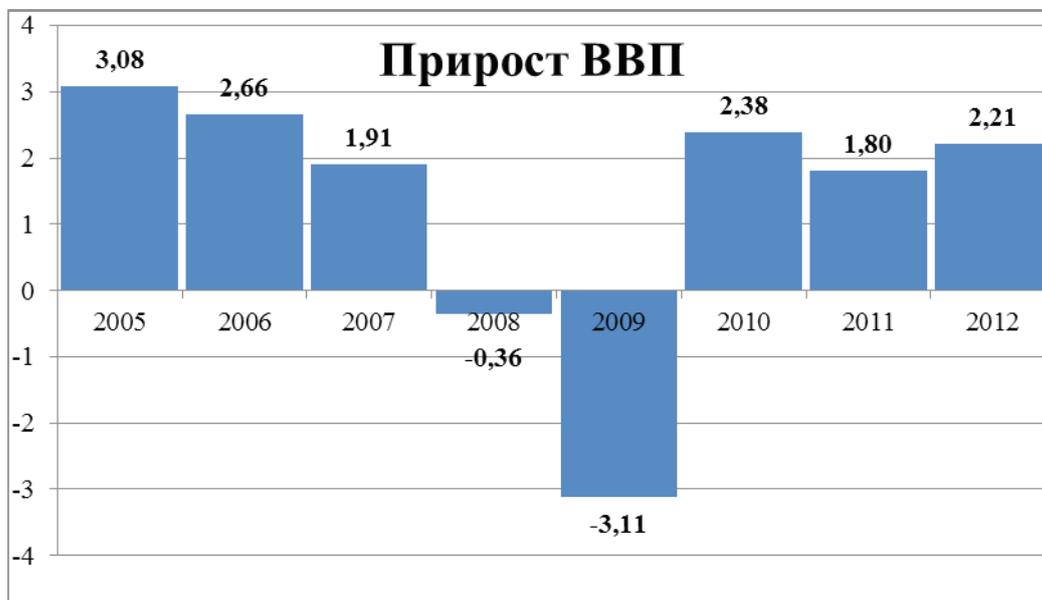


Рис. 1. Прирост ВВП США к предыдущему году за 2005–2012 года [10]

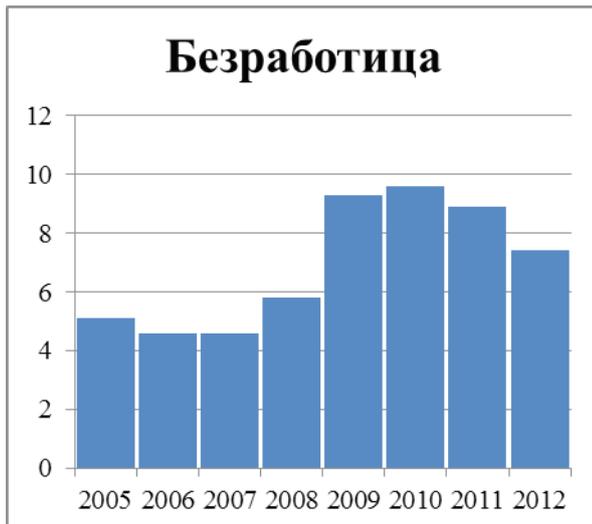


Рис. 2. Уровень безработицы в США за 2005–2012 года [10]

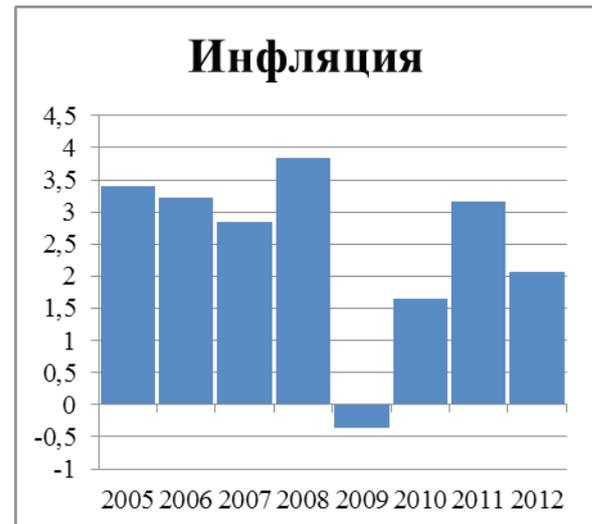


Рис. 3. Уровень инфляции в США за 2005–2012 года [10]

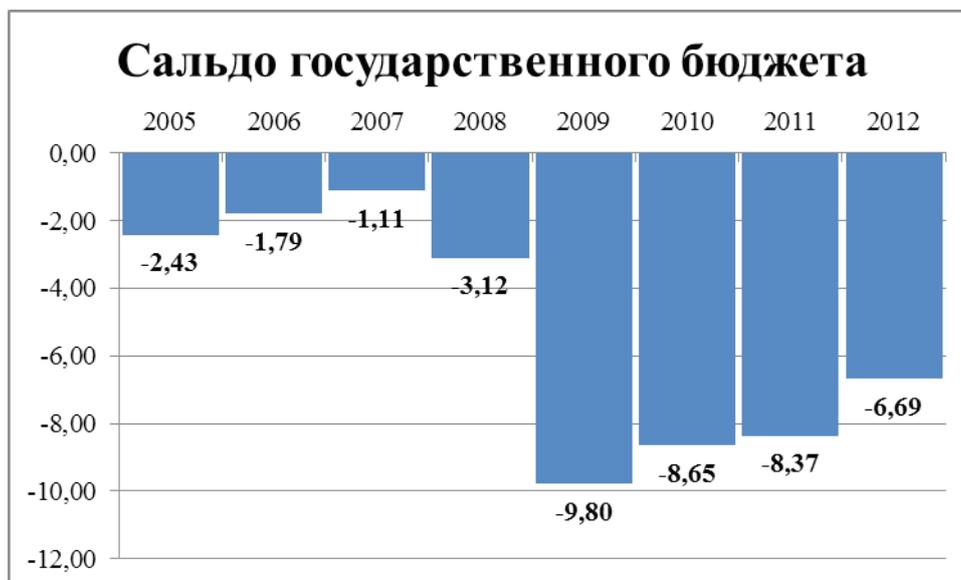


Рис. 4. Сальдо государственного бюджета США за 2005–2012 года [6]

критиковались, что привело к массовым потерям вкладчиков, дефицит государственного бюджета возрос с 1,11 % ВВП в 2007 году до 9,8 % ВВП в 2009 году. И это лишь некоторые показатели экономической рецессии.

После финансового кризиса в Японии в 1992–2002 году, названного «Потерянным десятилетием», США выработали три основных принципа, которым государство должно следовать, несмотря на экономический спад: не спасать банки от банкротства, поддерживать схему «коротких» продаж (то есть продаж без покрытия) и учитывать активы на основе текущих рыночных цен. Все три положения были нарушены в период кризиса 2008–2009 годов [3].

Данная тема актуальна в связи с наличием различных мнений о роли государства в экономике. Определенные

пункты государственного регулирования вызвали особое неудовлетворение со стороны некоторых групп общества. Однако отрицать необходимость поддержки извне, хотя и дорогостоящей, было бы, по меньшей мере, нецелесообразно, так как подсчитанный возможный урон от кризиса превысил бы самый дорогой план по восстановлению экономики.

Задачами данной работы являются критический анализ основных методов регулирования финансового сектора, использованных в предкризисный период; определение выбранных путей государственной поддержки; анализ эффективности принятых мер с опорой на официальную статистику. Основная часть статьи состоит из трех разделов: в первом разделе рассматривается регулирование со стороны ФРС и критика ее деятельности; во втором разделе



Рис. 5. Учетная ставка ФРС на период 1995–2013 годов [6]

подробно разбираются основные положения Закона Додда-Франка с оценкой их эффективности; в третьем разделе указаны конкретные меры государственного вмешательства, приведена статистика результативности деятельности и ее анализ. В заключении подводятся краткие выводы о значимости государственного регулирования экономики.

1. Политика ФРС в кризисный и посткризисный периоды. Отсутствие жесткого государственного управления

Одним из главных регуляторов финансового сектора является орган, во многом определяющий поведение индивидуальных агентов — Федеральная резервная система. Хотя ФРС не является государственной организацией, она выполняет функции Центрального Банка США, имея право на эмиссию денег, определяя учетную ставку и проводя операции на открытом рынке. Особенно важным механизмом является учетная ставка — ставка, по которой ФРС выдает кредиты коммерческим банкам, а также ставка, к которой впоследствии привязывается большинство других, например, ставки по ипотекам. Кризис «доткомов» в 2001 году, а также политика председателя Совета управляющих ФРС Алана Гринспена, выступающего за либерализацию финансового сектора, повлекли за собой снижение учетной ставки до 1 %. Деньги для коммерческих и инвестиционных банков оказались практически бесплатными, в то время как инвесторы, а именно

пенсионные фонды, страховые компании и фонды взаимных инвестиций, стали искать альтернативу казначейским облигациям, которые перестали преумножать их доход. Выход был вскоре найден в безрисковых облигациях, обеспеченных долговыми обязательствами и получившими рейтинг AAA, то есть, по мнению рейтинговых агентств, являющихся такими же надежными, как и казначейские облигации. Однако доход по ним составлял вместо 1 % целых 3 %, что явно противоречило их определению как безрисковых активов [2, с. 18].

В финансовую схему вовлекались все большее количество домохозяйств, мечтающих получить свой собственный дом, включая и ненадежных плательщиков. Такая система могла бы функционировать еще дольше, если бы ФРС не стала повышать учетную ставку с 1 % до 5,25 % в 2006 году для борьбы с растущей инфляцией, а затем до 6,25 % в 2007 году (см. рис. 5).

Отсутствие кооперации между ФРС и коммерческим сектором привело к экономическому кризису, падению ВВП, росту безработицы и корпоративным дефолтам. Традиционные методы контроля денежно-кредитного сектора оказались недостаточными. Единственным методом, к которому оставалось прибегнуть ФРС, — всё то же изменение учетной ставки, которая к 2010 году снизилась до 0,5 %, в 2011 году поднялась до 0,75 % и до конца 2013 года держалась на этом уровне. Плохой новостью является то, что экономика так и не вышла на докризисный уровень с безработицей, равной на 2013 год 7,4 %, в то

время как возможности Федеральной резервной системы стимулировать экономическую активность практически исчерпаны. Учетная ставка стремится к нулю и ее дальнейшее снижение не может радикально изменить ожидания инвесторов. США находится на пороге ловушки ликвидности, ситуации, в которой дальнейшее снижение учетной ставки не будет влиять на поведение агентов и экономическую активность.

Пока учетная ставка теряет свою былую эффективность в регулировании денежно-кредитных отношений, Федеральная резервная система прибегла к другой форме контроля, а именно к политике количественного смягчения. Данная деятельность предполагает скупку долгосрочных облигаций у коммерческих банков, тем самым увеличивая их резервы. А при условии, что банк по закону имеет обязательные резервы, ожидалось, что дополнительные средства будут направлены в экономику для извлечения прибыли в форме кредитов. Так, в ноябре 2010 года ФРС заявила о намерении выкупить облигации на сумму 600 млрд. долларов [1]. Пока экономика поглощает высвободившуюся массу денег, все больше слышны предположения о возможной инфляции. Пока, однако, четко выраженного тренда роста общего уровня цен нет: в 2011 году инфляция, посчитанная по индексу потребительских цен, составила 3,16 %, а в следующем году составила лишь 2,07 % (см. Диаграмму 3). Стоит заметить, что при стимулировании экономики важно рассчитать тот момент, когда последующая скупка облигаций будет приводить не к оживлению системы, а к инфляции. В противном случае инфляция приведет к необходимости повышения учетной ставки, что вернет экономическую активность на прежний кризисный уровень.

Дефицит массы денег также является ключевым фактором определения развития экономики. Один из профессоров Йельского университета Мартин Шубик (Martin Shubik) в своей статье «A Game Theoretic Approach to the

Theory of Money and Financial Institutions» выделяет такое понятие как «достаточное количество денег» («enough money»). Он выделяет три состояния экономики: 1) состояние достаточности денег (enough money), то есть такую ситуацию, в которой каждый агент может позволить себе любую сделку, не прибегая к кредитному рынку; 2) состояние, в котором деньги плохо распределены (badly distributed); 3) состояние недостаточности денег («not enough money»). [4, с. 180] Состояние № 1 — это идеальное состояние, в то время как состояние № 3 преодолевается путем вливания дополнительных средств в экономику. Однако современные макроэкономические модели не всегда отражают промежуточный исход, когда увеличение денежной массы приводит к инфляции, но не к экономическому росту за счет неэффективного перераспределения средств в руках агентов.

Есть основания предполагать, что чем больше кредитных операций в экономике, тем больше она стремится к третьему состоянию. Тем более, взглянув на коэффициент Джини, характеризующий социальное неравенство, можно заметить, что данный показатель в США постоянно растет, увеличившись за последние 20 лет с 43 % до 48 % (см. рис. 6). Значит ли это, что экономика США неэффективна? Отнюдь, данные показатели характеризуют лишь склонность экономики к использованию кредитных средств и уровень развития кредитного сектора. Однако стоит задуматься, насколько прошедший финансовый кризис 2008–2009 годов не указывает на необходимость снижать «зависимость» от жизни в кредит и переходить к поиску новых альтернатив эффективного распределения денег помимо заемных средств.

Новым направлением развития регулирования финансового сектора стали ставки по залогу («collateral rates»). Джон Джеанакоплос (John Geanakoplos), американский профессор экономики, выделяет такое понятие как «цикл кредитного рычага» («leverage cycle»). [2, с.3] В практике

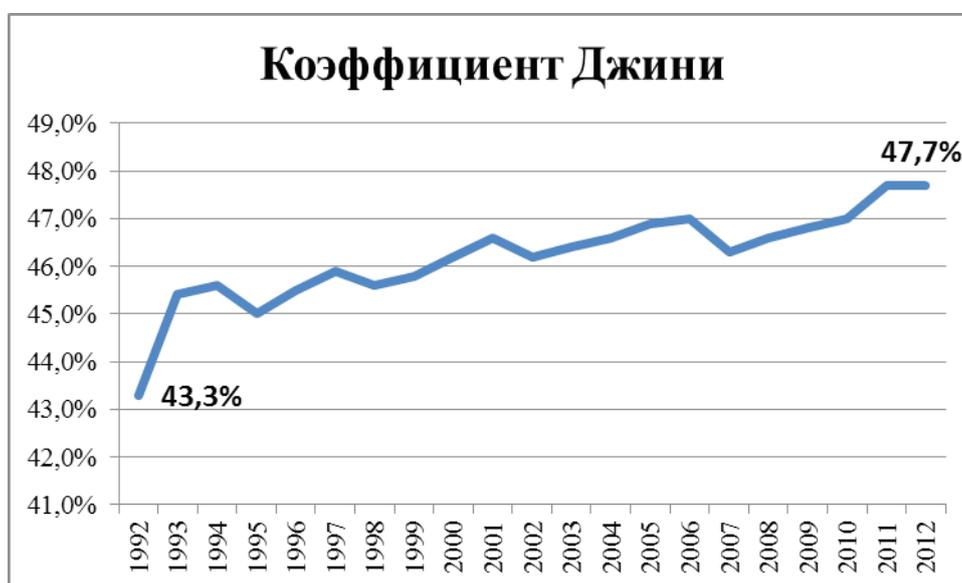


Рис. 6. Коэффициент Джини для США за 1992–2012 года [6].

он наблюдается как уменьшение или увеличение доли собственных средств заемщика в сумме покупки любого товара, на который был взят кредит (в случае финансового кризиса 2008–2009 года — это дома). При жестких требованиях банка о наличии высокой доли собственных средств количество заемщиков будет намного меньше, чем в случае низкой доли. Поэтому в условиях благоприятной конъюнктуры и низкой вероятности дефолта банки начинают снижать свои требования, что ведет к стимулированию массового кредитования. Необходимость вовлечения все большего количества людей в систему побудила банки начать выдавать ипотечные кредиты менее надежным домохозяйствам, не требуя ни взноса, ни подтверждения дохода, что, в конце концов, привело к массовым невыплатам по ипотеке и финансовому кризису.

Из всего выше сказанного, можно сделать вывод, что опираясь на традиционные возможности денежно-кредитного регулирования, такие как учетная ставка и операции на открытом рынке, ФРС упустила важный фактор, при сдерживании которого можно было бы не допустить расширения «финансового пузыря» — изначальный залог. Введение ставки по залогам в экономическую модель как второго параметра (первым является учетная ставка) заметно усложнит ее, однако впоследствии будет способствовать созданию полной картины и сдерживать слишком стремительное развитие финансового сектора. Тем не менее, ФРС, исполняя роль Центрального Банка, не справилась с задачами регулирования, что привело к необходимости более широкого государственного вмешательства.

II. Изменения в законодательстве США

21 июля 2010 года стало поворотной датой для государственного регулирования финансового сектора: вступил в силу закон Додда-Франка о реформировании Уолл-стрит и защите потребителей (Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act). [5] Этот закон предполагает под собой деятельность в шести направлениях: улучшение отчетности и усиление прозрачности деятельности финансовых институтов, отказ от принципа спасения системообразующих финансовых институтов («too big to fail»), поиск альтернатив спасению компаний-банкротов за счет государственной помощи, то есть налогоплательщиков, защита потребителей, внедрение правила Волкера (Volcker Rule) и регулирование рынка драгоценных металлов.

Во-первых, в рамках закона создано два органа: Совет по надзору за финансовой деятельностью (Financial Stability Oversight Council) и Бюро финансовых исследований и разработок (Office of Financial Research). [7] Под их ведение помимо традиционных коммерческих банков попадают также инвестиционные банки, хэдж-фонды, информационные центры и биржи, рынок свопов и деривативов и другие финансовые компании. Организации занимаются отслеживанием возможных рисков в финансовом секторе и разработкой планов их устранения.

Во-вторых, после потерь, которое понесло государство для восстановления экономики, США решили отказаться от дальнейшего спасения крупных финансовых институтов, предложив за место этого усилить ответственность самих компаний за свою деятельность при жестком контроле со стороны государства. Так любая компания может быть закрыта при решении, что она несет опасность финансовой сфере страны. Таким образом, снижается риск крупного дефолта и необходимости ликвидации последствий путем взносов налогоплательщиков. Помимо этого ежегодно ФРС обязана проводить «тесты» среди банков, проверяя их готовность противостоять неожиданным экономическим потрясениям, а также вырабатывать специальные планы для компаний, чтобы последние могли принимать грамотные решения во время кризисов.

Однако не все так безоблачно, как могло бы показаться на первый взгляд. В одном из своих докладов Дайсукэ Котегава (Daisuke Kotegawa), исполнительный директор МВФ от Японии в 2007–2009 годах, рассказал, что сегодняшняя экономическая стабильность США достигнута весьма неоднозначными методами, которые подменяют реальные меры оживления экономики: вместо прозрачности отчетности всего лишь снижены требования к ней, а большинство крупных финансовых компаний, таких как JP Morgan, например, являются неплатежеспособными, накопив слишком много просроченных кредитов, которые они не в состоянии выплатить [3]. Одновременно само государство упорно молчит об этом, не желая очередного финансового потрясения и ухудшения ожиданий экономических агентов.

Помимо обычных возражений, считающих, что Закон Додда-Франка отодвинет финансовый сектор США на шаг назад, не дав ему наиболее эффективно восстановиться и ограничив его возможности путем государственного вмешательства, во время принятия данного акта разгорелся очередной «скандал». Вторая глава закона посвящена процедурам упорядоченной ликвидации финансовых организаций, которые могут проводиться Корпорацией по страхованию вкладов (FDIC) или Корпорацией по защите инвесторов и ценных бумаг (SIPC). Одно из положений гласит, что все потери, которые несет финансовый институт при банкротстве, будет оплачен не из доходов государства, а за счет акционеров и незащищенных кредиторов банка (unsecured creditors) [5]. Данная формулировка направлена на отказ от того, чтобы ошибки организации восполнялись за счет государственного бюджета, то есть средств налогоплательщиков, однако это же положение означает, что те самые незащищенные кредиторы банка, которые могут быть интерпретированы как обычные вкладчики, несут ответственность за банкротство банка, и вложенные ими деньги, по сути, никак не защищены.

Вторая часть законодательного акта наделяет потребителей финансовых услуг большими возможностями получения достоверной информации перед принятием решений. Процедура организуется через Бюро по

финансовой защите потребителей (Consumer Financial Protection Bureau), которое консультирует потребителей и помогает им выбрать правильные финансовые услуги, включая ипотеку, а также следит за качеством тех финансовых услуг, которые ранее были вне государственного ведения.

Закон Додда-Франка также рассматривается как возвращение к прошлому из-за использования одного из принципов закона Гласса-Стиголла (Banking Act of 1933), отмененного в 1999 году, а именно правила Волкера (The Volcker Rule), которое разграничивает деятельность банков, занимающихся потребительскими кредитами и имеющих государственные гарантии, и инвестиционных банков. Данное решение, скорее всего, приведет к ограничению ликвидности и размеров финансового сектора, однако можно полагать, что вызвано оно вполне адекватными причинами. Отмена банковского закона 1933 года позволила финансовым институтам инвестировать вклады граждан в высокоприбыльные, но рискованные активы. Банки перестали кредитовать реальный сектор, получив возможность зарабатывать большую прибыль в краткосрочном периоде. Финансовые компании были готовы нести риск в связи с наличием государственного страхования на рынке жилья, обеспеченного компаниями Fannie Mae и Freddie Mac. Для предотвращения будущих злоупотреблений финансовых институтов, было решено вернуться к положению о разделении различных форм банков.

Но наиболее острая проблема, связанная с введением нового закона, вызвана его проциклическостью: закон сдерживает экономическое развитие во время рецессии, ограничивая возможности финансовых институтов, а в период фазы оживления от его наиболее жестких принципов будут отказываться, что может привести к очередной либерализации финансовых рынков и перегреву экономики.

III. Конкретные меры противодействия кризису.

Кроме реформирования финансового законодательства многое было сделано благодаря прямому вмешательству государства в финансовый сектор. Путем согласованных действий Министерства финансов (через программу выкупа проблемных активов — Troubled Asset Relief Program), Федеральной резервной системы и Корпорации по страхованию вкладов были приведены в действие несколько мер по противодействию финансовому кризису. Основными способами стимулирования экономики на данный момент являются: финансовые программы ФРС; тесты, оценивающие состояние крупных банков; финансовая помощь банкам через TARP; Recovery Act; программа стимулирования банковского кредитования под залог ценных бумаг (TALF); работа таких организаций, как AIG, Freddie Mac и Fannie Mae; предотвращение потери права выкупа заложенного имущества, а также деятельность Администрации малого бизнеса (SBA) [7].

Стоит, несомненно, сказать о результатах, достигнутых государственным вмешательством в финансовый сектор. Во-первых, на период марта 2009 года банки, участвовавшие в программе TARP и получающие от нее финансирование, должны были выплатить 238 миллиардов долларов. На апрель 2013 года 99 % этой суммы было погашено, долг за банками составил лишь 3 миллиарда долларов.

Около 24 миллиардов долларов было потрачено на поддержку малого бизнеса. В это же время банки добавили к своему собственному капиталу около 450 миллиардов долларов, которые теперь работают как подушка безопасности в случае новых экономических потрясений, снижают зависимость от кредитных ресурсов и могут быть потрачены на вложения в долгосрочные проекты. Наличие заемного краткосрочного капитала сократилось с 62 % в 2007 году до 37 % в 2013 году, повысив стабильность финансовых институтов.

Предполагаемые расходы государственного сектора, направленные на выход из кризисного положения, оценивались в триллионах долларах: 4 триллиона на спасение банков, 1 триллион на поддержку Fannie Mae и Freddie Mac, около 350 миллиардов на программу выкупа проблемных активов. Однако впоследствии некоторые инвестиции оказались вполне прибыльными для государства: на Fannie Mae и Freddie Mac было безвозвратно утрачено около 179 миллиардов долларов, но такую же сумму заработала ФРС на своих программах; инвестиционные программы TARP и AIG также окупались и принесли прибыль в сумме двух миллиардов долларов.

Нельзя проигнорировать тот факт, что многие задачи так и не были решены: высокий уровень безработицы до сих пор остается на уровне 7,4 %, что на 3 % больше докризисного уровня; на четвертый квартал 2011 года реальный ВВП составил 94,5 % потенциального ВВП; на конец 2010 года задолженность домохозяйств составляла 119 % от располагаемого дохода, который в среднем за последние 10 лет уменьшился практически на 4000 долларов [8]. Рынок жилья до сих пор остается в состоянии стагнации со ставками по ипотеке в 4 % при учетной ставке ФРС равной лишь 0,75 %.

IV. Заключение

Финансовый кризис 2008–2009 годов является самой глубокой рецессией со времен Великой Депрессии. Либерализация рынка в начале 2000-х годов благодаря отказу от Закона Гласса-Стиголла и снижению учетной ставки ФРС до 1 % вызвала бурный рост американской экономики на протяжении восьми лет. Однако стало понятно, что кредитный рынок имеет свой предел и, хотя основой финансового пузыря служил реальный сектор — рынок ипотечного жилья, производство деривативов быстро «оторвалось» от него. Дерегулирование рынка позволило многим коммерческим банкам покупать краткосрочные прибыльные, но рискованные активы за счет средств своих

вкладчиков; уверенность в том, что цены на жилье будут постоянно расти, породила схему перераспределения рисков, которая должна была быть устойчивой в любом из двух случаев: первый, семья платит за ипотеку, второй, семья перестает платить. Лопнувший финансовый пузырь произвел разрушительный эффект: 8,8 миллионов людей лишились работы, благосостояние домохозяйств сократилось на 19,2 триллионов долларов. [8] Классического регулирования ФРС не хватает, так как учетная ставка, снова сниженная до 0,75 %, не дает достаточного стимула для оживления экономики, политика количественного смягчения ограничена моментом, в котором рост экономики перейдет в растущую инфляцию. После кризиса одним из возможных направлений регулирования финансового сектора помимо предыдущих двух может стать контроль над залогами, а именно, нормативное определение доли покупки, которую заемщик должен оплачивать, используя собственные средства.

Государство стало действовать многосторонне: оно пытается и помочь вкладчикам, и «вытащить» системообразующие финансовые институты, и простимулировать малый бизнес. Большое количество программ, средства которых в период кризиса казались невозвратно утраченными, на самом деле дали результат в смягчении последствий кризиса и сокращении временного периода восстановления экономики; инвестиции некоторых программ ФРС и TARP вернулись в государственный бюджет допол-

нительными поступлениями, что, безусловно, говорит об эффективности данной государственной поддержки.

Новый Закон Додда-Франка заметно ограничил возможности финансовых институтов, особенно крупных, и заметно повысил их ответственность. Однако такой жесткий законодательный акт затруднит быстрый выход из рецессии и будет препятствовать бурному развитию финансового сектора. Ожидается, что в процессе выхода страны из кризиса и появления более благоприятных перспектив его положения будут смягчены. Особые опасения вызывает пункт о том, что банкротство банка лежит на плечах у акционеров и вкладчиков, что означает отказ государства покрывать долги банка, что, следовательно, ведет к незащищенности вкладов.

Перед США стоит еще целый ряд проблем, который не удалось решить за пятилетний период. Последующий одновременный рост экономики и потребности в кредитах вскоре может стать причиной лоббирования интересов финансовых институтов и смягчения к ним требований, что может опять привести к кризисной ситуации. В таком случае основной задачей государства является эффективное ограничение роста финансового сектора на этапе пика общего экономического развития, чтобы сглаживание экономического цикла позволило пройти возможную последующую рецессию без глубокого спада и без тяжелого давления на государственные бюджетные средства.

Литература:

1. Garbade, Kenneth. Will «Quantitative Easing» Trigger Inflation / Federal Reserve Bank of New York // <http://libertystreeteconomics.newyorkfed.org/2011/06/will-quantitative-easing-trigger-inflation.html>
2. Geanakoplos, John. Solving the Present Crisis and Managing the Leverage Cycle. — Cowles Foundation Discussion Paper No. 1751, 2010 — p.49
3. Kotegawa, Daisuke. Latest Developments of the World Economy / Лекция 18 июня 2013 году в НИУ ВШЭ // <http://www.hse.ru/video/87629964.html>
4. Shubik Martin A Game Theoretic Approach to the Theory of money and Financial Institutions. — Cowles Foundation Paper No. 767, 1990 — p. 172–219
5. «Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act» / United States House of Representatives // <http://www.house.gov/>
6. Federal Reserve Bank of St. Louis, FRED // <https://research.stlouisfed.org/>
7. Financial Crisis Response 2012–2013/ The U. S. Department of the Treasury // <http://www.treasury.gov/Pages/default.aspx>
8. The Financial Crisis Five years later: Response, Reform, and Progress/ The U. S. Department of the Treasury // <http://www.treasury.gov/Pages/default.aspx>
9. The U. S. Department of the Treasury // <http://www.treasury.gov/Pages/default.aspx>
10. The World Bank // <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx>

9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

Рынок пластиковых карт в России: особенности и перспективы развития

Булатова Айсылу Ильдаровна, кандидат социологических наук, доцент;
Рахматуллина Алина Раилевна, студент
Башкирский государственный университет (г. Уфа)

На современном этапе рыночной экономики происходит внедрение и развития платежных систем, в частности, в направлении развития безналичных форм расчетов. Пластиковая карта — это один из важных атрибутов безналичного расчета. В экономически развитых странах пластиковая карта это один из важных атрибутов в сферы торговли. Операций совершенные платежными картами определяет связанность банковской системы и общества. В промышленно развитых странах оплата товаров и услуг безналичным путем достигает 90 % в общей структуре всех денежных операций.

В соответствии с Федеральным Законом от 02.12.1990 № 395—1 (ред. От 30.09.2013) «О банках и банковской деятельности», пластиковая карта — это многоцветный платежный и кредитный инструмент длительного пользования, обладающий наиболее высокой на сегодня степенью защиты от подделок и к тому же содержащий идентификационную информацию о держателе карточки, позволяющий производить проверку его платежеспособности. По мнению социологов, банковские карты нахо-

дятся на втором месте после автомобилей в иерархии престижных ценностей современных людей. Со временем престиж отходит на второй план, главным свойством оказывается удобство в пользовании картами. На сегодняшний день более 1,3 млрд. выпущенных карт. Каждый год мировой оборот составляет свыше 3 трлн. долл. Карты принимаются в 20 млн. торговых организациях. Выявлено около 500 тыс. отделений банков, которые предоставляют услуги с проведением операций, с помощью платежных карт. По нашим исследованиям, численность банкоматов превышает 700 тыс. Мировой рынок пластиковых карт, контролируют крупнейшие компании — Visa International и MasterCard International. На платежную систему Visa приходится около 57 %, на Europay/MasterCard примерно 26 %, на American Express — порядка 13 %, и на другие (включая DinersClub и JCB) — 4 %. [3]

Рассмотрим объем выданных кредитов по кредитным картам и расчетным по овердрафту его изменение в % отношении и количество активных карт в обращении на 1 июля 2013 г. [3]

Таблица 1

Рейтинг банков по объему выданных кредитов по кредитным картам и расчетным по овердрафту в I полугодии 2013 г.

№	Банк	Объем выданных кредитов по кредитным картам и расчетным по овердрафту в I полугодии 2013 года (млн. руб.)	Объем выданных кредитов по кредитным картам и расчетным по овердрафту в I полугодии 2012 года (млн. руб.)	Изменение(%)	Количество активных карт в обращении на 1 июля 2013 года (шт.)
1	Сбербанк	246 037.75	132 539.00	85.63	58 262 731
2	ВТБ 24	104 482.20	89 011.96	17.38	12 019 072
3	Тинькофф Кредитные Системы*	44 644.46	36 934.83	20.87	-
4	Банк ТРАСТ	33 411.58	5 563.56	500.54	763 761
5	Райффайзенбанк	26 204.96	16 844.59	55.57	1 504 314
6	Хоум Кредит энд Финанс Банк	22 882.53	9 655.24	137.00	600 120
7	Кредит Европа Банк	15 329.73	11 967.59	28.09	1 738 474
8	Уралсиб	14 947.54	8 980.09	66.45	5 360 071
9	Росбанк	8 309.05	9 917.33	-16.22	2 625 578
10	Промсвязьбанк**	7 011.46	-	-	1 430 312

11	Банковская группа Номос-Банка	5 587.78	443.79	1 159.10	1 316 932
12	СКБ-банк	5 423.88	3 406.45	59.22	2 146 911
13	Уральский банк реконструкции и развития	3 136.71	1 903.92	64.75	1 113 572
14	Петрокоммерц	3 135.58	2 999.26	4.54	428 033
15	Азиатско-Тихоокеанский Банк	2 598.46	1 074.56	141.82	331 431
16	Возрождение	2 378.27	2 274.86	4.55	1 160 329
17	ИнвестКапиталБанк	1 963.84	1 308.12	50.13	108 248
18	Совкомбанк*	1 859.18	2 349.86	-20.88	280 188
19	Крайинвестбанк	1 385.34	1 384.67	0.05	151 893
20	Внешпромбанк	1 173.99	819.84	43.20	53 618
21	АК БАРС	1 036.73	465.47	122.73	447 616
22	Банк СГБ	883.29	554.42	59.32	322 469
23	Абсолют Банк	838.71	665.61	26.01	132 353
24	Банк Москвы	825.21	572.24	44.21	1 114 307
25	СИАБ	767.79	221.99	245.88	60 442
26	Смоленский банк	766.54	683.40	12.17	43 915
27	ЛОКО-Банк	706.80	452.75	56.11	53 493
28	Мой Банк*	700.56	0.00	-	-
29	Кредит-Москва	680.54	133.88	408.34	4 701
30	БИНБАНК	670.07	171.70	290.26	252 857
31	АГРОПРОМКРЕДИТ	609.89	251.01	142.97	49 373
32	Финам	573.91	76.87	646.59	17 117
33	Девон-Кредит	480.41	143.52	234.74	452 710
34	Связь-Банк	454.25	0.00	-	511 653
35	Банк Санкт-Петербург	405.94	246.37	64.77	771 291
36	Примсоцбанк	381.10	271.90	40.16	248 781
37	ПромТрансБанк	374.58	8.37	4 377.05	43 956
38	АйМаниБанк	353.43	48.99	621.46	29 417
39	ЧЕЛИНДБАНК	350.10	319.88	9.45	200 013
40	Русфинанс Банк	332.89	455.63	-26.94	24 457
41	СБ Банк	309.97	203.55	52.28	13 870
42	Плюс Банк	306.12	258.32	18.51	20 274
43	Центр-инвест	295.51	177.04	66.92	155 192
44	СДМ-банк	239.28	0.78	30 655.91	47 563
45	БАЛТИНВЕСТБАНК	230.43	245.14	-6.00	77 421
46	Кубань Кредит	230.05	38.16	502.87	72 080
47	Всероссийский банк развития регионов	185.40	181.49	2.15	342 622
48	Московский Индустриальный банк	180.93	0.00	-	996 062
49	Российский капитал	163.58	130.29	25.56	16 608
50	Первобанк	160.37	78.82	103.46	27 999
51	РосЕвроБанк	155.03	201.00	-22.87	353 393
52	АВТОВАЗБАНК	140.34	147.12	-4.61	79 042
53	Флексинвест Банк	128.83	295.51	-56.40	4 267
54	Первомайский	122.61	0.00	-	52 161
55	Банк Интеза	118.00	108.88	8.37	33 329
56	ФОНДСЕРВИСБАНК	106.35	66.96	58.82	79 642
57	Росэнергобанк	102.56	менее 0.01	-	5 816
58	Транскапиталбанк	84.88	56.87	49.26	105 631
59	Транснациональный банк	72.23	39.70	81.92	2 458
60	Курскпромбанк	57.32	44.78	27.99	42 672
61	Челябинвестбанк**	56.84	-	-	1 070 527
62	Углеметбанк	49.11	7.35	568.20	64 861

63	СКА-Банк	43.99	0.00	-	11 038
64	Энергомашбанк	26.35	19.07	38.16	32 437
65	БыстроБанк	23.71	13.15	80.27	125 052
66	Кольцо Урала	19.30	70.72	-72.70	105 716
67	Мой Банк. Ипотека	14.68	19.93	-26.32	1 941
68	Нордеа Банк	13.17	11.11	18.50	22 321
69	Элита	9.96	7.52	32.45	2 191
70	Автоградбанк	9.56	4.05	135.68	24 040
71	Региональный банк развития	9.35	5.73	62.98	7 938
72	Народный кредит	7.82	7.54	3.61	68 427
73	ЮГРА	6.04	281.38	-97.85	16 506
74	Русь	5.90	0.00	-	114 281
75	НК Банк*	5.13	8.74	-41.26	-
76	НС Банк	5.00	5.00	0.00	71 615
77	СИНКО-БАНК	4.86	0.00	-	353
78	Металлургический коммерче- ский банк	4.52	8.40	-46.22	2 316
79	Балтика	3.16	3.84	-17.70	22 256
80	РОСПРОМБАНК	1.35	0.30	348.67	12 151
81	Метрополь	0.80	0.61	30.29	758
82	Башкомснаббанк	0.55	0.00	-	29 956
-	Балтийский банк	2 168.49	1 593.89	36.05	1 206 433
-	Уральский финансовый дом	0.00	0.00	-	101 089
-	Инвестторгбанк	0.00	0.00	-	21 062
-	Росавтобанк	0.00	0.00	-	2 338
-	Автоторгбанк	0.00	0.00	-	6 003

Нами рассмотрены услуги, которые предоставляют банки Республики Башкортостан. Исходя, из данных РБК Рейтинг выявлен один из банков, который показал большой прирост среди банков РБ по объему выданных кредитов по кредитным и расчетным картам с овердрафтом за I полугодие 2013 г. В ПромТрансБанке этот показатель вырос почти в 45 раз, по сравнению с аналогичным периодом 2012.

Спрос на кредитные карты ПромТрансБанка довольно велик, это связано с тем, что кроме кредитного лимита клиент получает multifunctionальную банковскую карту «ПТБ-Копилка». Данная карта дает возможность не только получать кредитные средства, но и хранить свои сбережения приумножая их. Эту карту можно использовать как платежное средство, в дополнительные возможности данной карты входит накопление и возможность использования поощрительных баллов у партнеров Программы «Копилка», а также оплата проезда в автобусах ГУП «Башавтотранс», в троллейбусах и трамваях МУЭТ г. Уфы.

Продукты ПромТрансБанка пользуются большим спросом у жителей Республики Башкортостан, что показывают высокие показатели в развитии карточного бизнеса.

Банки России стремятся развивать карточный бизнес и имеют опыт выпуска карт по лицензии финансовых ассоциаций. Использование платежных карт в нашей стране уступает среднестатистическим показателям в странах

Европы. Это можно объяснить тем, что в результате финансовых кризисов 1998 и 2008 годов в большей степени пострадал банковский сектор.

Банкоматное хозяйство, перестало существовать, были прекращены межбанковские операции в пределах страны по обслуживанию карт. Обанкротились торговые точки, принимающие карты. Коды российских банков были заблокированы и владельцы карт, осуществляли платежи лишь в пределах РФ.

Простота в пользовании, меньший риск потери средств, уменьшение издержек при проведении операций, конвертация валюты, начисление процентов, удаленное управление счетами — все это является основными преимуществами платежной карты.

Для российского пользователя карта представляет собой не платежный инструмент, а лишь средство снятия наличных денег. По данным исследования КОМКОН доля карточных платежей в ежедневных расчетах населения более чем в 10 раз ниже, чем в американских супермаркетах, где они составляют 60 %.

Телекоммуникационная инфраструктура в России находится на низком уровне, по сравнению с другими странами. Ряд кризисов подорвал доверие к банкам, но сейчас ситуация меняется в лучшую сторону. На сегодняшний день не разработана полноценная государственная политика в отношении рынка пластиковых карт, которая могла бы предусмотреть разработку программ поддержки в области расчетов пластиковыми картами. Безопасность

карт также является не решенной проблемой. Переход с магнитных карт на смарт-карты, повышает степень безопасности расчетов.

Один из наиболее доходных банковских видов деятельности — это операции с банковскими картами. Доходные проекты — реализация зарплатных схем, популярны в России и некоторых странах СНГ. Издержки таких проектов минимальны для банка. Комиссия за проведение платежей при использовании пластиковых карт, а также комиссии, которые получает банк от торговых предприятий за обслуживание, весьма существенны для банка. [3]

Российский рынок развивается в основном за счет зарплатных проектов, а не за счет индивидуальных вкладчиков и держателей карт. Доля зарплатных карт в России составляет около 80 % от всех выпущенных карт. Это объясняется тем, что владельцы карт после начисления заработной платы сразу же снимают ее в банкомате, от-

сюда и возникает высокий процент снятия наличных денежных средств. [4]

Для большего использования пластиковых карт в России, необходимо реализовать такие условия как: расчет картами должен быть удобнее, чем расчет наличными денежными средствами; карты должны быть доступны и минимальны по своей стоимости, что будет выгодно для клиента.

Такие препятствия, как крупные начальные затраты, связанные с выпуском пластиковой карты, не мешают Российским банкам использовать этот инструмент для достижения своих целей.

Как утверждают сами экономисты: «Будущее банковских услуг — за пластиковыми картами». И это действительно так, несмотря на целый ряд проблем, российский рынок пластиковых карт развивается достаточно быстрыми темпами и внушает большие надежды.

Литература:

1. Федеральный Закон «О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О банках и банковской деятельности РСФСР» от 08.07.1999 N 137-ФЗ, от 28.07.2004 N 84-ФЗ) с изм., внесенными Федеральным законом от 29.12.2006 N 246-ФЗ)
2. Беликов В., Быстров Л., Невежин В. «Электронные деньги» — АО «Скан-Тэк», Москва 1995 г.
3. <http://rating.rbc.ru/>

Бюро кредитных историй: проблемы и перспективы развития

Булатова Айсылу Ильдаровна, кандидат социологических наук, доцент;
Хуснулина Алина Тальгатовна, студент
Башкирский государственный университет (г. Уфа)

В статье рассказывается о производственной необходимости бюро кредитных историй в банковской сфере, его влиянии на развитие кредитного рынка в целом. Также рассматриваются проблемы, возникающие в этой сфере и способы их решения. Благодаря системе БКИ упрощается деятельность коммерческих банков, снижаются риски для всех участников процесса кредитования, возникает механизм контроля заемщиков.

Ключевые слова: Национальное бюро кредитных историй, кредитные организации, кредитные истории, кредитор, заемщик.

Национальное бюро кредитных историй (ОАО «НБКИ») является крупнейшим на рынке кредитных историй в Российской Федерации. Оно было создано в марте 2005 года. Основная цель данной организации — создание единой базы клиентов и их кредитные истории. Это необходимо для выявления тех клиентов, которые по каким либо причинам не смогли своевременно оплатить свой кредит, во избежание повторения такой ситуации банки сотрудничают с бюро кредитных историй, для сокращения процента просроченных и невозвращенных кредитов. По состоянию на 1 апреля 2013 года БКИ объединяет информацию о 115 млн. кредитов, выданных свыше 1500 кредиторами, сотрудничающими с НБКИ. ББК помогает кредитным инспекторам принять решение

в предоставлении кредита клиенту, оценка рисков, прогнозной аналитики.

Основным документом, регулирующим деятельность Бюро кредитных историй (БКИ) в Российской Федерации, является Федеральный закон от 30 декабря 2004 г. N 218-ФЗ «О кредитных историях». Согласно этому закону, кредитная история — информация, состав которой определен настоящим Федеральным законом и которая характеризует исполнение заемщиком принятых на себя обязательств по договорам займа (кредита) и хранится в бюро кредитных историй; бюро кредитных историй — юридическое лицо, зарегистрированное в соответствии с законодательством Российской Федерации, являющееся коммерческой организацией и оказывающее в соответствии

с настоящим Федеральным законом услуги по формированию, обработке и хранению кредитных историй, а также по предоставлению кредитных отчетов и сопутствующих услуг. [1]

Целями настоящего Федерального закона являются создание и определение условий для сбора, обработки, хранения и предоставления бюро кредитных историй информации, характеризующей своевременность исполнения заемщиками своих обязательств по договорам займа (кредита), повышения защищенности кредиторов и заемщиков за счет общего снижения кредитных рисков, повышения эффективности работы кредитных организаций. [1]

Определение БКИ имеет различные трактовки. Наиболее точным является следующее: бюро кредитных историй — организация (как правило, частная), занимающаяся сбором, обработкой, хранением и распространением сведений, относящихся к кредитной истории отдельных граждан, включая такие сведения, как остаток задолженности или кредитные линии, историю внесения платежей, случаи непогашения кредита, банкротства.

Создание системы, которая сочетает в себе, как хранение, так и обработку информации о кредитных историях, проведении клиентами тех или иных операций, не является новой. Предшественниками БКИ были различные базы данных клиентов; банки данных кредитных организаций; каталоги как кредитных, так и финансовых учреждений; автоматизированные базы данных операций клиентов. Все эти инструменты нужны были для хранения и накопления историй проведения кредитных операций различными кредитными и финансовыми учреждениями, то есть, они выступали в качестве первых зачатков современных БКИ.

Роль бюро кредитных историй заключается в том, чтобы снижать риски, которые возникают в результате выполнения своих функций другими участниками кредитного рынка. БКИ существенно влияет на развитие кредитного рынка в следующем: снижается уровень процентных ставок по кредиту в следствии обмена информацией между банками; возрастают объемы кредитования в связи с выдачей кредитов надежным заемщикам; наличие кредитной истории стимулирует заемщика добросовестно отвечать по своим обязательствам перед банком.

Разработчики БКИ изначально планировали, что данная система будет упорядочивать кредитную деятельность банков и сделает ее менее рискованной и более оперативной. Во многих странах мира такие кредиторы, как банки, финансовые компании, компании-эмитенты кредитных карт, инвестиционные компании, торговые фирмы, обмениваются информацией о платежеспособности заемщиков через бюро кредитных историй.

Сведения о заемщике, предоставленные при заключении сделки, являются недостаточными, что ведет за собой неэффективное распределение кредитных ресурсов. Кредитор после выдачи кредита не в полной мере может контролировать действия заемщика, получившего ссуду.

С такими проблемами на данный момент сталкиваются все кредитные организации, для решения которых нужно улучшать систему БКИ.

Для совершенствования законодательства о кредитных историях А. Ю. Викулин — генеральный директор НБКИ предлагает следующие варианты:

1. Необходимо отменить альтернативы согласия либо отказа заемщика на обработку персональных данных, а также на передачу данных в БКИ. По нашему мнению это должно быть обязательным пунктом в кредитном договоре, на который не требуется согласия субъекта.

2. Разрешение формирования кредитных историй на основе запросов пользователей. Это дает возможность реализации права заемщиков на контроль доступа к своей информации и противодействует кредитному мошенничеству.

3. Нужно исключить из способов передачи данных в БКИ передачу данных на бумажном носителе. На сегодняшний день для снижения риска и качества кредитной информации все переходят на электронные носители, что уменьшает возможность потери данных и возможность доступа к данным третьих лиц.

4. СНИЛС — идентификатор физического лица, он не меняется в случае изменения других персональных данных клиента, он повысит достоверность и доступность информации по выданному кредиту граждан РФ. Ведь паспорт можно заменить, а данный номер в любом случае будет закреплен за субъектом.

5. Обязать ряд государственных структур и фондов взаимодействовать с БКИ, такие как ПФР, ФНС, которые работают с данными о доходах, и МВД — работа с данными об утерянных паспортах. [3]

Нами рассмотрены данные НБКИ по «закредитованности» населения некоторых субъектов РФ на 1 октября 2012 года. Выявлено, что по числу заемщиков первое место занимает Челябинская область — 1,672 млн. Таким образом, из тысячи россиян, зарегистрированных в Челябинской области, 476 брали кредиты. В Свердловской области эти показатели составляют 2,057 млн. и 468 соответственно, в Хабаровском крае — 652,210 тыс. и 465. [3]

По данным таблицы можно сделать вывод, что заемными средствами пользуется большое количество населения, которое неоднократно обращается в кредитные организации. И для улучшения их работоспособности необходимо усовершенствовать уже имеющуюся систему БКИ.

Проанализировав деятельность российских бюро кредитных историй можно сделать вывод, что развитие рынка кредитной информации каждый раз достигает более высокого уровня. Это выражается в расширении спектра услуг, которые предоставляет бюро кредитных историй, а также в увеличении базы кредитных историй.

Еще одним преимуществом на рынке кредитования выступают скоринговые модели НБКИ, которые позволяют оценить платежеспособность розничного клиента. Скоринговая модель — это статистическая модель, оце-

Таблица 1

Регионы РФ по количеству заемщиков на 1000 человек

№	Регион	Количество заемщиков	Количество заемщиков на 1000 человек
1	Челябинская область	1672245	476,6
2	Свердловская область	2056644	468,1
3	Хабаровский край	652210	465,7
4	Удмуртская Республика	689899	452,0
5	Новосибирская область	1172991	442,7
6	Кемеровская область	1234742	437,8
7	Оренбургская область	918959	434,9
8	Республика Татарстан	1640215	431,1
...			
23	Санкт-Петербург	1734911	377,1
24	Московская область	2391203	354,1
...			
27	Москва	3153336	298,5

нивающая вероятность того, что заемщик не заплатит по своим обязательствам в срок. На сегодняшний день скоринг-бюро НБКИ используют в работе более 200 кредиторов. [2]

Итак, для совершенствования законодательства о кредитных историях используют многолетнюю практику БКИ

в России, а также учитывают международную практику авторитетных международных организаций. Это способствует снижению уровня просроченной задолженности, повышению доступности кредитных ресурсов для добросовестных заемщиков и снижению уровня процентных ставок на рынке розничного кредитования.

Литература:

1. Федеральный закон от 30 декабря 2004 г. N 218-ФЗ «О кредитных историях»
2. Методика построения банковской скоринговой модели для оценки кредитоспособности физических лиц. Михаил Ковалев, профессор БГУ.
3. <http://www.nbki.ru>

Оценка работы коммерческой банковской системы во Вьетнаме в 2013 г.

Ван Тхиен Хао, магистрант
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В этой статье анализируется и оценивается работа коммерческой банковской системы во Вьетнаме в 2013 г., а также предлагаются некоторые пути решения существующих проблем. В 2013 г. в коммерческой банковской системе Вьетнама имелись некоторые минусы, такие как небольшой рост кредитов, недостаточное решение проблемы «безнадежных долгов», медленный процесс реструктуризации государственных предприятий. Однако в работе коммерческой банковской системы были и определенные плюсы, вышеуказанные проблемы в какой-то степени приблизились к решению, получила значительное развитие коммерческая банковская система.

Ключевые слова: *коммерческая банковская система, реструктуризация, безнадежный долг, процент, ликвидность, финансовый рынок, кредитная организация, VAMC [1]*

2013 год оказался трудным периодом для коммерческой банковской системы во Вьетнаме. Экономика страны находилась на застойном этапе развития, на денежном и фондовом рынках не было стабильности, рынок недвижимости замер. Все это затруднило работу коммерческой

банковской системы. Однако, благодаря политике и усилиям всей банковской системы, коммерческая банковская система добилась определенных успехов. Система стабилизировалась, ее ликвидность повысилась, процентная ставка снизилась на 2–3%, заемная ставка снизи-

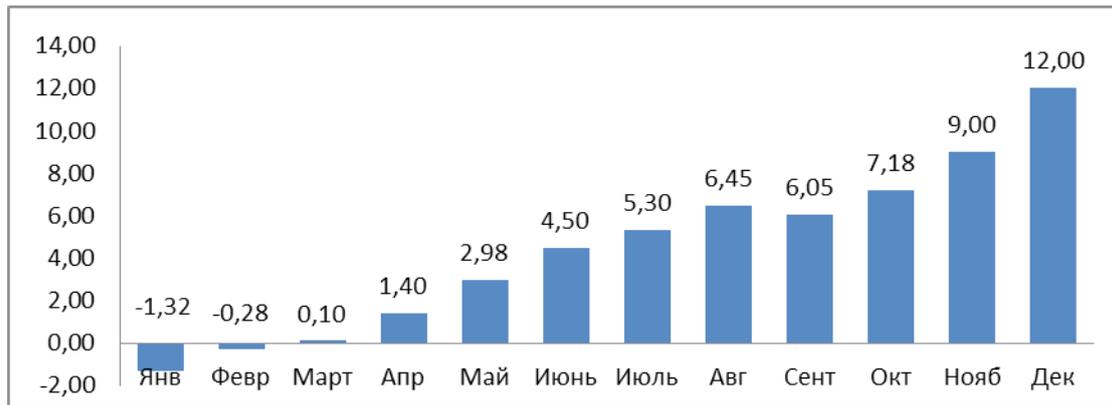


Рис. 1. Кредитный рост коммерческой банковской системы во Вьетнаме в 2013 году, %

лась на 3–5%, что позволило предприятиям получить доступ к капиталу и восстановить свою работу. Процесс реструктуризации коммерческой банковской системы и результат деятельности всей системы можно в целом охарактеризовать в положительном ключе.

Достижения вьетнамской коммерческой банковской системы в 2013 г.

В первую очередь необходимо отметить определенные успехи в процессе реструктуризации коммерческой банковской системы. Являясь одним из трех главных приоритетов в реструктуризации экономики (банк — государственное предприятие — государственные расходы) [4], банковская отрасль активно реализовала реструктуризацию своей системы в рамках определенных Правительством и Нацбанком целей. В процессе реструктуризации капитал и людские ресурсы являются решающими факторами. Реструктуризация — это, в частности, возможность фильтрации всей коммерческой банковской системы с целью вывода из системы слабых банков. В процессе реструктуризации были совершены 4 сделки-присоединения (это естественная тенденция с целью повышения конкурентоспособности банков); все банки удовлетворили требованиям по минимальному уставному капиталу (3000 миллиардов VND [2]) [8, с. 4]. Состав сотрудников был тщательно отфильтрован по таким показателям как квалификация, навыки, умения и профессиональная мораль, что способствовало стабильному развитию банковской системы.

Кроме того, показатели бизнеса вьетнамской коммерческой банковской системы в 2013 году значительно улучшились. Несмотря на снижение процентной ставки, мобилизованный капитал в кредитных организациях не уменьшился. Ведь это было безопасным и эффективным каналом вложения в тяжелых экономических условиях. На 31.12.2013 сумма вкладов на VND повысилась на 15,61% (в 2012 этот показатель был равен 16%) [5, с. 14]. В 2011–2012 гг. банковская система столкнулась со многими трудностями из-за того, что экономика слишком

«горячо» развивалась, и кредитные условия были ослаблены. Было предложено большое количество решений с целью контроля кредитной ситуации, и прибыль всей банковской системы в 2012 г. снизилась примерно на 50% по сравнению с 2011 г [3, с. 14]. В 2013 кредитные стратегии стали более гибкими с целью восстановления кривой доходности, расширения кредита, параллельно с развитием безопасности кредитных организаций. При этом продолжалось развитие стратегии продвижения производства и бизнеса, что способствовало рациональному развитию экономики. Благодаря этому, до конца декабря 2013 г. рост кредита всей системы приблизился к поставленной цели 12% [7, с. 7–9]. Это отражает большие усилия банковской системы, ведь кредит только возрос в положительном отношении со второй четверти года. Кредитная структура постепенно становилась рациональной, эффективной и безопасной. Капитал уже в той или иной степени был сосредоточен на производстве и в бизнесе. Итак, экономика рационально развивалась, банки, в том числе и малые, получили прибыли.

Кроме того, деятельность всей банковской системы становилась более безопасной и эффективной. На 31 октября 2013, коэффициент достаточности капитала (CAR) банков немного снизился, но остался довольно высоким (13,64% по сравнению с 9% по требованию Нацбанка); ликвидность улучшалась; уставный капитал повысился на 6,02%; собственный капитал возрос на 6,33% и постепенно приближался к сумме уставного капитала; актив на 6,66% больше по сравнению с 2012 г. [5, с. 18].

Были и определенные успехи в ликвидации безнадежных долгов в коммерческой банковской системе. По данным Нацбанка, коэффициент безнадежных долгов на декабрь 2013 г. составил 3,79% (в ноябре эти цифры составляли 4,55%). Кроме того, VAMC купил 40.000 миллиардов VND в долгах 34 кредитных организаций. Предполагается, что в 2014 г. VAMC купит примерно 100–150 тыс. миллиардов донгов. Благодаря усилиям Правительства, Нацбанка и всех кредитных организаций, доля безнадежных долгов намного снизилась, с 8,86% в конце 2012 г. до 3,79% в декабре 2013 [6, с. 12–14].

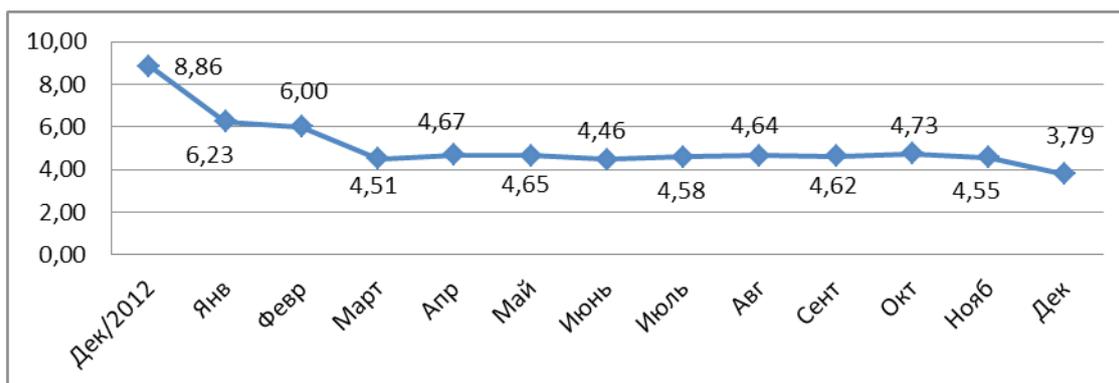


Рис. 2. Общая сумма задолженностей по кредитам коммерческих банков Вьетнама в 2013 году, в %

Хотя коммерческая банковская система и преодолела некоторые трудности, в 2013 г. можно отметить такие минусы как нестабильная ликвидность и все еще высокая доля безнадежных долгов. В ближайшее время для банковской системы Вьетнама предполагаются следующие трудности и вызовы:

Во-первых, снижение спроса препятствует принятию капитала. Хотя кредитный рост со второй четверти года увеличился в положительном отношении, он все же не дошел до уровня поставленной цели из-за низкого уровня принятия капитала. В настоящее время заемная ставка значительно снизилась, но фондовый поток еще не циркулирует беспрепятственно. Это объясняется, с одной стороны, суммой безнадежных долгов, с другой стороны, снижением заемного спроса от предприятий. Итак, несмотря на снижение заемного процента и скидку, банковская система все-таки не без труда расширяет кредит и повышает качество заемной суммы.

Во-вторых, высокий уровень безнадежных долгов оказался барьером для деятельности банковской системы. Глядя на показатели, замечаем, что доля безнадежных долгов снижается, но уровень снижения мы пока не можем оценить. Ведь ликвидация безнадежных долгов зависит от макроэкономических и рыночных условий. Рынок недвижимости медленно восстанавливается, кредитный рынок находится в застойном состоянии. Все это препятствует продаже и списанию имущества предприятий. Макроэкономические стратегии, направленные на поддержку производства и рынок недвижимости, как правило, нуждаются во времени для воплощения в жизнь. Кроме того стратегии ликвидации безнадежных долгов реализуются не комплексно и одновременно, как правило, сами кредитные организации совершают это своими способами, что уменьшает эффективность бизнеса кредитных организаций. В политиках управления залогом много проблем, что препятствует ликвидации безнадежных долгов. VAMC была создана, выкупила долги, однако проблема состоит в том, что теперь делать с этими долгами.

В-третьих, процесс реструктуризации в государственных предприятиях идет медленно, в 2013 г. только были

акционированы три государственных предприятия. Вывоз капитала идет медленно из-за плохого состояния рынка недвижимости и фондового рынка. Вывоз капитала совершается в основном для прекращения убытков, а не для перераспределения ресурсов, и не выполняет функцию «стимула» для развития экономики, что плохо влияет на деятельность банков. Государственные предприятия являются крупными клиентами коммерческих банков, объектом принятия капитала, поэтому улучшение работы этих предприятий считается важным способом регулирования кредитных деятельностей. Реструктуризации экономики путем акционирования государственных предприятий является актуальной задачей в условиях экономического спада. Кроме того, необходимо повышать способность конкуренции таких предприятий, для того чтобы сделать их «локомотивами» экономики в ближайшие годы. Итак, процесс инвестиционного анализа этих предприятий должен быть прозрачным, эффективным и отвечает всем международным стандартам.

Для устранения вышеперечисленных минусов мы предлагаем некоторые меры:

В качестве субъекта подачи капитала экономике в целом и предприятиям в частности, коммерческие банки не могут циркулировать фондовый поток, если сами они не эффективно действуют. Итак, необходимо ускорить процесс реструктуризации банковской системы, а также строго контролировать взаимную форму собственности между банками, ведь это является одной из причин банковского кризиса. Это трудная задача, но если мы ее выполним, то обеспечим стабильность банковской системы и избежим кризиса доверия на рынке.

Вместе с тем, коммерческим банкам необходимо усиливать кредитование в некоторых приоритетных областях, таких как сельское хозяйство, малые и средние предприятия, промышленность и экспорт. Необходимо создать благоприятные условия для предприятий, на которых работает большое количество трудящихся и для предприятий, которые внедряют передовые технологии; кредитовать с целью стимулирования спроса. Необходимо создать замкнутый цикл с участием банковского кредита в кругообороте производство — закупка — продажа, чтобы по-

высить качество кредита, уменьшить долю безнадежных долгов банковской системы. Строго контролировать цель и эффективность займов клиентов.

Снижение процента товаров, отставленных на складе, является важным способом, который побуждает предприятия расширять свой бизнес. Если много товаров находится на складе, то предприятия не нуждаются в расширении своего бизнеса. Это отрицательно влияет на работу коммерческой банковской системы.

Для этого необходимы меры повышения общего спроса. Коммерческим банкам необходимо укрепить уровень доверия. Кроме того, мы должны откорректировать правило по ограничению кредита на потребление. Ведь производство и потребление являются двумя сторонами процесса оборота товаров. Если мы увеличиваем кредитование только для производства, но ограничиваем количество кредитов для потребления, то это не приведет к повышению спроса.

Вместе с мерами повышения индивидуального спроса, нам нужны стратегии повышения инвестиции Правительства, что создаст эффект и повысит общий спрос. Это само по себе считается самым важным.

Кроме усилий со стороны самих коммерческих предприятий, необходима решимость в управлении со стороны государственных органов и ведомств с целью устранения нестабильности, успешной реструктуризации банковской системы и четкого определения этого процесса, что даст коммерческим банкам возможность самостоятельно и активно принять какие-либо рациональные варианты и меры.

В 2014 г. перед экономикой в целом и банковской системой в частности стоит много трудностей. Однако, исходя из положительных прогнозов об экономике США и Азии, особенно Юго-Восточной Азии, мы имеем право надеяться на хорошие шансы, особенно в привлечении прямых иностранных инвестиций, что способствует повышению внутреннего спроса. Мы узнали важность развития банковской системы в 2014 г., поэтому представляются необходимыми тщательная подготовка и создание всех благоприятных условий для создания резонансного эффекта и нужных перестроек. Надо признаться, что это не легкая задача и чтобы решить ее, нужны усилия не только самой банковской системы.

Литература:

1. VAMC — Компания по управлению активами была основана 07/09/2013 по решению № 53/2013/ND-CP Государственного банка Вьетнама. VAMC реализует операции купли безнадежных долгов кредитных организаций; взыскание долгов и обработку долгов; организация аукционов активов; инвестиционное финансирование, вклад капитала, закупки акций; гарантии для организации, предприятия
2. VND — денежная единица Вьетнама. Выпускается Государственным банком Вьетнама. Обозначается символами ₫ или VND
3. В 2012 г.: прибыль банковского сектора достигла 28,600 млрд. VND, Нгуен Куок Ань, журнал Банковское дело и финансы (13/01/2013), (на вьетнамском языке)
4. Говоря о Ле Дык Туи — бывший губернатор центрального банка на семинаре по реформе финансового рынка (14/10/2013), (на вьетнамском языке)
5. Доклад Государственного банка Вьетнама на конференции. Оценка банковских операций в 2013 году (08/01/2014), (на вьетнамском языке)
6. Решение проблемы безнадежных долгов в процессе реструктуризации банковской системы Вьетнама. Журнал финансов Вьетнама (12/01/2014), (на вьетнамском языке)
7. Фан Минь Нгок. Рост кредитования и плохо риск долг. Сай Гон экономические времена (05/01/2014), (на вьетнамском языке)
8. Циркуляр № 09/2010 (26/3/2010) о предоставлении лицензий на создании и функционировании акционерных коммерческих банков по Государственным банком Вьетнама (на вьетнамском языке)

Современные тенденции развития финансового менеджмента в Республике Казахстан

Жусупов Ержан Алпысбаевич, студент;

Тлеужанова Данагуль Амангельдиевна, кандидат экономических наук, доцент
Казахский агротехнический университет им Сакена Сейфуллина (г. Астана)

На современном этапе развития экономики в Казахстане управления финансами приобрело оттенок важнейшей сферы деятельности любого субъекта, будь то

крупное акционерное общество, или развивающееся товарищество с ограниченной ответственностью.

Изменение технологии производства, выход на новые

рынки, расширение или свертывание объемов выпуска продукции основываются на глубоких финансовых расчетах, на стратегии привлечения, распределения, перераспределения и инвестирования финансовых ресурсов. Тенденции развития локальной и глобальной общерыночной ситуации (мало предсказуемые изменения спроса, ужесточение ценовой конкуренции на традиционных рынках, диверсификация и завоевание новых рыночных ниш, возрастание рисков при проведении операций) будут лежать в основе возрастающей роли специфических финансовых вопросов управления.

В ответ на подобные тенденции в Казахстане стала развиваться автономная область теоретических знаний и практических приемов, находящаяся на стыке общей теории управления финансами предприятия и получившая название «финансовый менеджмент» [1, с. 6].

Сначала этим были заняты экономисты или бухгалтеры-аналитики, которые шли от учета и проведения расчетов, построения планов-прогнозов и калькулирования цен к вопросам подготовки и принятия решений по широкому спектру проблем управления ресурсами предприятия. Подобная переориентация привела к возрастанию «удельного веса» управленческого компонента в решении соответствующих задач при одновременном расширении и усложнении инструментов и институтов финансового рынка.

Финансовый менеджмент — это наука и искусство принимать инвестиционные решения и решения по вы-

бору источников их финансирования [2, с. 7].

Исторически и логически основные направления финансового менеджмента складывались по следующим направлениям (рисунок 1):

Данную эволюцию теории финансового менеджмента можно объяснить тем, что сначала появились разработки, носящие аналитический характер, направленные на формирование различных методов оценки финансового состояния компании, ее кредитоспособности, прогнозирования банкротства, инвестиционной привлекательности и т. п. (первое и второе направления). Это полностью соответствует логике принятия любого управленческого решения, когда на первом этапе проводится анализ сложившейся ситуации. Затем в рамках финансового менеджмента стали развиваться направления, связанные с методами непосредственного управления финансовой структурой капитала компании (третье направление) и управлением отдельными активами компании (четвертое и пятое направления).

Формирование методов оценки процессов реструктуризации и создания стоимости компании являются центральным звеном принятия управленческих решений (направления шесть и семь).

С переходом к рыночной экономике роль финансов и финансового менеджмента резко увеличилась. В современных условиях, когда предприятие самостоятельно принимает решения, резко повышается ресурсный потен-



Рис. 1. Характеристика основных направлений финансового менеджмента на предприятии

циал хозяйствующего субъекта. Это предполагает оптимизацию финансовых отношений и повышение эффективности управления финансовыми ресурсами [1, с. 8].

Развитие процесса управления финансами в Казахстане напрямую сопоставлять со становлением этой дисциплины на западе некорректно, т. к. везде имеются свои особенности. За рубежом развитие системы финансового менеджмента происходило более последовательно, чем в Казахстане. Сначала новые задачи управления финансами возникали на прогрессивных предприятиях, затем они встали перед менее развитыми компаниями, а передовые предприятия в это время решали уже более сложные проблемы [3].

Теоретические и практические аспекты отечественных ученых экономистов: У. Б. Баймуратова, В. Д. Мельникова, Н. К. Мамырова, К. О. Окаева, У. М. Искакова, О. К. Ескараева, В. Ю. Додонова, Г. Т. Абдрахмановой и других.

На сегодняшний день системы финансового менеджмента в казахстанских компаниях находятся на разных этапах развития. В Республике Казахстан нет единой массы предприятий, сотрудники которых пытаются решить одни и те же проблемы финансового менеджмента. одни предприятия, достигнув за годы переходной экономики значительных результатов в управлении финансами, опережают или идут в ногу с западными компаниями (крупные компании нефтегазовой отрасли, банки), другие организации (а иногда и целые отрасли промышленности) еще не освоили инструментов, разработанных за границей на первом этапе развития финансового менеджмента.

В Казахстане проблемы задачи управления финансами появились в начале переходного периода в 90-х годах. Учитывая экономическую ситуацию этого периода, казахстанский финансовый менеджмент столкнулся с массой проблем, которые возникли в развитых странах постепенно, по мере развития науки. Большинство казахстанских предприятий, оказавшись на грани банкротства, в 90-е годы не освоили еще теорий, открытых за рубежом в течение первого и второго этапов развития финансового менеджмента [3].

Тургулова А. К. отмечает, что специфика отечественного рынка, быстро меняющееся экономическое законодательство, особенности налогообложения бухгалтерского учета и отчетности делают прямое использование зарубежных моделей управления финансами для предприятий Казахстана неприемлемым.

В Республике Казахстан, как и в других странах СНГ, отдельные элементы финансового менеджмента присутствовали на разных этапах экономического развития, но на практике, в полном смысле того, как он понимается в экономические развитых странах, это направление не было сформировано. Связано это со многими причинами, в частности, с отсутствием рынка ценных бумаг и финансовой самостоятельности предприятий. Однако это не означает, что управление финансами не рассматривалось и не изучалось как таковое.

Управление финансами присутствовало в плановой экономике и представляло собой финансово-кредитный механизм как часть хозяйственного механизма государства. Его основу составляла централизованная система планирования форм, методов и условий финансирования и кредитования общественного производства [4].

Еще пару лет назад финансовый менеджмент в реальном секторе экономики Казахстана имел слабую тенденцию к развитию по сравнению с финансовым менеджментом аналогичных зарубежных предприятий.

Сейчас же в процессе управления финансами казахстанских предприятий наблюдается следующие изменения:

- осознание необходимости ведения финансового контроля;
- повышение роли финансового менеджера на предприятии.

Управленцы осознают, что рациональное управление финансами предприятия, автоматизация управленческой отчетности, возможность оперативно отслеживать движение и целевое использование денежных средств позволяют планировать и прогнозировать развитие компании, принимать обоснованные управленческие решения.

Однако, на данный момент в Казахстане нет принятых общих для всех предприятий способов оценки их финансового положения. Пороговые значения показателей, по которым проводится оценка финансового состояния предприятий, их ликвидности, рентабельности активов, были почерпнуты из западной практики и не являются адекватными казахстанским условиям.

Более того, из-за разного уровня развития отдельных предприятий в отрасли, а также целых отраслей результаты анализа, проведенного с использованием западных методик, не отражают истинного финансового состояния предприятий. Это происходит от того, что одни и те же значения показателей могут означать устойчивое финансовое состояние для одних компаний и кризисное для других. Некоторые банки, выдают кредиты только тем предприятиям, управление финансами в которых производится по западным моделям, однако не всегда можно обеспечить реализацию стратегических задач компании, руководствуясь иностранным опытом

В Республике Казахстан пока не существует принятых традиций или схем управления финансами, поскольку финансовый менеджмент формировался на отдельных предприятиях сам по себе, стихийно, и методы управления финансами, применяемые в РК, разные.

Недостаточное развитие законодательной и юридической базы в РК также сказывается на особенностях финансового менеджмента в компаниях. В современных условиях руководство компаний на первый план часто ставит налоговый менеджмент и оптимизацию налогообложения, а не увеличение стоимости компании и прибыльности. Учитывая это, можно сделать следующий вывод: финансовый менеджмент в РК вынужден решать проблему минимизации налогового бремени для предприятия, с одной стороны, а также увеличения рыночной

стоимости компании и максимизацией финансового результата — с другой.

На развитие казахстанского финансового менеджмента в современных условиях влияет отсутствие необходимого количества квалифицированных менеджеров и специалистов в управлении финансами компаний. Профессиональный уровень последних крайне низок, не смотря на то, что во многих казахстанских вузах можно получить специальность, связанную с управлением финансами. Процесс между народным признанием квалификация специалистов получивших образование в РК, связан с серьезными трудностями.

Литература:

1. Сапаров Б. С. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. Под. общ.ред. академика НАН РК, д.э.н., профессора У. Баймуратова. — Алматы: Экономика, 2008. — 848 с.
2. Ронова Г. Н., Ронова Л.А, Финансовый менеджмент: Учебно-методический комплекс, — М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. — 170 с.
3. Тургулова А. К. Теория и практика финансового менеджмента в Казахстане. — Алматы: ТОО «Издательство ЛЕМ», 2006. — 255 с. — 15,75 п.л.
4. Тургулова А. К. Организационные и правовые основы финансового менеджмента. Международная научно-практическая конференция «Финансы и учет: региональные аспекты», 6 июня 2006 г. — Алматы: Изд. «Мария», 2006. — 352 с. — 0,59 п.л.
5. Финансовый менеджмент: Учебно-практическое пособие. Под руков. ЛИ В.Д, Исакова З.Д — Караганда, Сеним, 2007 г. — 75 с.

К причинам безуспешного применения западных методов управления финансами на казахстанских предприятиях могут быть отнесены низкая финансовая дисциплина, отсутствие ведения учета, не соответствующие действительности данные, зафиксированные в финансовой отчетности. Финансовая отчетность, на основе которой проводится оценка финансового состояния предприятий, часто не отражает реального положения вещей.

Малопонятный финансовый механизм управления финансовыми ресурсами казахстанских предприятий и недостаток квалифицированных кадров затрудняет развитие финансового менеджмента в Казахстане.

Налог на богатство — универсальная форма налогообложения частной собственности

Свердэн Михаил Михайлович, кандидат экономических наук, доцент
Университет экономики и права «КРОК» (г. Киев, Украина)

Современные налоговые системы являются не только чрезвычайно динамичными и прогрессивными, но также характеризуются как весьма разветвленные и всесторонние. И, как следствие, налоговые системы пребывают в состоянии непрерывных преобразований, что позволяет создавать все более совершенные их модели. Опыт и практика налоговых трансформаций в полной мере подтверждает их необходимость, целесообразность и эффективность. Разносторонность налоговых реформ позволяет делать все более четкий акцент в налогообложении. Несмотря на то, что налоговые системы стран с рыночно развитой экономикой являются достаточно устоявшимися, определенные новации в сфере налогообложения также считаются привычным событием, что существенно способствует их постоянному усовершенствованию и повышению общественной эффективности. Как в системе государственных финансов, так и в социально-экономической жизни общества любые сдвиги являются причиной изменений и в системе налогообложения. Это делается с целью создания полноценных налоговых си-

стем — способных вполне соответствовать требованиям рынка, потребностям государства и общественным запросам.

Налоговые системы в современных условиях отличаются своим разнообразием. В этом случае данное утверждение имеет комплексное значение и непосредственное отношение как к индивидуальной специфике налоговых систем, так и к построению собственной оригинальной налоговой системы в каждой отдельной стране, созданию ее неповторимой конструкции. То есть, существуют лишь общепризнанные ориентиры для формирования налоговых систем, состав различных групп налогов, классификация видов налогов и форм налогообложения. Поэтому, налоговые системы в мире являются весьма похожими лишь в обобщенном выражении, поскольку каждая из них есть неповторимой, не знающей 100 %-го аналога. В то же время, каждая налоговая система является по-своему оригинальной и безальтернативной на основании той простой причины, что в ее состав могут входить малоизвестные или малоприменимые налоги, а также же налоги

в своей нестандартной и даже некоторой эксклюзивной форме выражения с свойственными только им специфическим механизмом начисления и уплаты.

Довольно эффективно давно уже функционируют как системы налогообложения доходов и потребления, так и категория налогов на частную собственность. Последняя группа налогов всегда вызывала повышенный интерес, не утратив, а даже напротив — усилив свою актуальность сегодня. Налоги на частную собственность традиционно включают довольно разветвленную систему имущественных налогов (на недвижимость и движимое имущество), а также налоги на капитал. Тенденции развития налогообложения в современных динамичных финансово-экономических условиях обуславливают довольно значительную сложность механизма функционирования каждой группы налогов, в том числе и налогов на частную собственность.

Налоги с частной собственности выступили значительной формой налогообложения в обществе. Особенно это относится к системе имущественных налогов. Имущественные налоги являются первичной прямой формой фискальных взысканий с населения в пользу государства. Их преимущества, несомненно, довольно весомы: значительное количество налогоплательщиков и объектов налогообложения, что подтверждает их фискальную эффективность и целесообразность. Для каждого вида личного имущества используются различные формы и виды налогов.

Возможен также и иной определенный альтернативный вариант налогообложения частной собственности, сущность которого заключается в уплате весьма специфичной, не знающей аналогов уникальной формы фискального взыскания — налога на богатство. В мировой практике налог на богатство часто именуется как налог на чистую стоимость богатства (Net Wealth Tax).

Экономическое содержание налога на богатство состоит в том, что индивидум достигает достаточно высокого уровня финансово-имущественного положения, что дает в свою очередь государству потенциальную возможность для его внедрения и мобилизации дополнительных денежных средств в бюджет. По сути, налог на богатство предполагает не столько высокий уровень доходов индивидума, сколько основывается на владении им значительным объемом различной собственности (имущество: движимое и недвижимое; инвестиции: реальные, нематериальные и т. п.). Комплексно это приобретает денежное выражение, подлежит денежной оценке и измерению денежной стоимости и становится в итоге целостным объектом налогообложения. Таким образом, налог на богатство является комплексным фискальным взысканием со всего, единого объема частной собственности индивидума, включающей реальные, финансовые и прочие активы.

Налог на богатство функционирует в контексте личного доходно-имущественного налогообложения. В то же время, доходы имеют опосредованное отношение к на-

логу на богатство, поскольку они фактически не являются частью объекта налогообложения по той причине, что не включаются как отдельный элемент в налогооблагаемую базу начисления налога, а выступают только в качестве источника финансирования налога на богатство при его непосредственной уплате. В данном случае становится вполне очевидным, что налог на богатство имеет много похожих характеристик с механизмом имущественного налогообложения. Однако, такой элемент как объект налогообложения автоматически ставит их в разные несовместимые весовые категории, поскольку в базу налогообложения при исчислении налога на богатство включаются практически все имеющиеся различные виды частной собственности.

Таким образом, главными отличительными признаками налога на богатство, что выделяют его на общем фоне налоговой системы и, особенно, системы имущественного налогообложения, наиболее выступают: (1) плательщики — граждане (физические лица); (2) взимание осуществляется в контексте личного налогообложения; (3) выступает как логическое продолжение имущественного налогообложения; (4) взыскание происходит, как правило, также на прогрессивной основе (аналогично личным подоходным налогам и имущественным налогам в большинстве стран мира); (5) накладывается на совокупный объем частной собственности [9].

Налог на богатство является наивысшей и последней составляющей в суммарном объеме налогового бремени для граждан. Вполне возможным может быть утверждение, что налог на богатство входит в состав системы имущественного налогообложения. С этим, в принципе, можно было бы однозначно согласиться, но данное обстоятельство, исходящее из специфики налога на богатство, требует соответствующих корректировок и уточнений. Дело в том, что в базу исчисления налога на богатство, помимо различного имущества граждан (движимого и недвижимого), включаются также финансовые активы, банковские депозиты, прочие финансово-денежные вложения, а также и разные права собственности — экономические, интеллектуальные и т. д. Это обстоятельство значительно расширяет базу налогообложения и, соответственно, существенно увеличивает размер объекта налогообложения, повышая его фискальную значимость. Зарубежный опыт и практика подтверждают, что финансово-денежные вложения также могут представлять значительный объем достатка индивидума и вместе с разными правами собственности есть обязательным элементом налогооблагаемой базы при расчете налога на богатство.

Налог на богатство — один из наименее исследованных в составе современных налоговых систем экономически развитых и социально ориентированных стран. Данный недостаток имеет место, несмотря на то, что практика использования налога на богатство является довольно длительной. Его применение подтверждается значительным мировым опытом. Многие страны мира в свое

время использовали и практикуют сейчас налог на богатство как эффективный фискальный инструмент государства.

Налог на богатство ничуть не искажает налоговые системы, где он присутствует. Наоборот, он является вполне приемлемым дополнением к системе личного доходно-имущественного налогообложения. Налог на богатство органически входит в налоговую систему и систему личного доходно-имущественного налогообложения, не является в прямом выражении деструктивной налоговой составляющей, не нарушает целостности и системности налоговой системы, не противоречит другим налогам, не вступает в открытое противоречие с налоговой системой в целом, без лишних усложнений размещается как отдельный элемент в механизме личного доходно-имущественного налогообложения, уместно занимая свое место с соответствующим статусом.

Абстрактный трюизм — простое утверждение, что налоговая система выступает непосредственным отображением, естественным рефлексом социально-экономических условий определенной эпохи общественного развития. Традиционно принято считать, что налогообложение — один из наиболее важных и емких показателей, отражающих процессы общественной жизни. Налоговые системы стран-лидеров мировой экономики являются прямым отражением течения финансовых процессов и финансового состояния общества и государства. И с этим нельзя не согласиться.

Налог на богатство является в составе налоговой системы одним из показателей, наиболее полно отображающих степень благосостояния граждан, уровень их доходов и финансово-имущественного положения. По сути, конкурировать с ним способен только личный подоходный налог, который предоставляет информацию лишь об уровне доходов граждан, но не об их финансово-имущественном состоянии. Если система имущественных налогов считается эффективным дополнением к механизму личного подоходного налога, то налог на богатство является не просто одним из элементов подобного дополнения, а стоит намного выше системы имущественных налогов, поскольку своей потенциальной мощностью значительно превосходит их. В целом, личный подоходный налог и налог на богатство составляют уникальный фискальный тандем, который в достаточной мере собой характеризует уровень благосостояния граждан в стране.

По своей фискальной значимости налог на богатство может существенно уступать системе имущественного налогообложения. Данное обстоятельство очевидно проявляется с помощью двух элементов — субъекта налога и объекта налогообложения. Количество субъектов по налогу на богатство непосредственно зависит от объектов налогообложения. Если плательщиками имущественных налогов являются все без исключения граждане, то плательщиками налога на богатство выступают лишь те лица, которые обладают довольно значительным финансово-имущественным состоянием, то есть — состо-

ятельные граждане. Как правило, в системе имущественных налогов действует комплекс незначительных по сути льгот и вычетов, которые лишь уменьшают уровень налоговых обязательств. Но стать плательщиком налога на богатство не так уж просто. Например, предел финансово-имущественного состояния составляет: в Испании — € 700 тыс., во Франции — € 800 тыс. И только достигая указанной величины, индивидум становится плательщиком налога на богатство. К тому же, весьма значительным является также применение освобождения от налогообложения основного места жительства: в Испании — в объеме до € 300 тыс. Таким образом, учитывая приведенные исключения, необлагаемая база по налогу на богатство автоматически сокращается на € 1 млн. Помимо этого, учитывается факт совместного проживания граждан, что имеет положительные дополнения для плательщиков налога на богатство: общий объем освобождений и индивидуальных вычетов для супружеской пары составляет в Испании € 2 млн. Также, налог на богатство в Испании имеет определенный фискальный лимит: совокупные налоговые обязательства не могут превышать 60 % от базы налогообложения — доходов граждан [4]. Становится очевидным, что плательщиков налога на богатство значительно меньшее количество, чем плательщиков имущественных налогов. Кроме этого, становится понятным, что потенциальных плательщиков налога на богатство может быть довольно большое количество, а реальных — значительно меньшее.

Фискальная эффективность налога на богатство успешно реализуется в практике исключительно за счет значительных размеров объекта налогообложения. Относительная фискальная недостаточность налога на богатство весьма эффективно компенсируется существенным увеличением активов граждан. Даже очень умеренный уровень бремени по налогу на богатство способен обеспечить довольно приемлемый фискальный результат. А предельные ставки налога на богатство являются невысокими: во Франции — 1,5 %, в Испании — 2,5 %. Но благодаря значительным размерам объекта налогообложения налог на богатство оказывается эффективным с фискальной позиции, обеспечивая внушительные поступления денежных средств в бюджет.

Эффективность действия налога на богатство проверена временем и подтверждена практикой во многих странах мира, особенно западноевропейских и латиноамериканских, где он зарекомендовал себя как полноценный фискальный институт государства. Опыт взимания налога на богатство является весьма достаточным для формулирования выводов о его целесообразности и эффективности. Если в Швеции налог на богатство в 1947 г. был еще только введен, то в Японии в 1950 г. налог на богатство был уже отменен.

Налог на богатство сегодня функционирует во многих странах Западной Европы: Исландии, Испании, Нидерландах, Норвегии, Франции, Швейцарии. Многие европейские страны в свое время отменили налог на богат-

ство: 1997 г. — Австрия и Дания, 2005 г. — Люксембург и Финляндия, 2007 г. — Швеция. Существовал налог на богатство также в Греции и Лихтенштейне. Тем не менее, в последнее время снова предпринимаются инициативы по поводу возобновления налога на богатство. Некоторые страны это уже сделали: 2010 г. — Исландия (отменен в 2005 г.), 2011 г. — Испания (отменен в 2008 г.), также его восстановление предусматривалось в Германии в 2014 г. (отменен в 1997 г.).

Взимается налог на богатство в некоторых азиатских странах — Индии и Пакистане; в Японии, как уже отмечалось, он был ликвидирован в 1950 г.

Довольно популярным налог на богатство является также и в странах Латинской Америки: Аргентина, Доминикана (Доминиканская республика), Колумбия, Коста-Рика, Перу, Сальвадор, Уругвай.

Уникальность налога на богатство проявляется с помощью своеобразной формы комплексного налогообложения частной собственности в совокупном объеме. Чем больше этот объем, тем больше шансов у индивидуума стать плательщиком налога на богатство. В каждом обществе всегда существует категория весьма состоятельных граждан — элита цивилизации, способная уплачивать налог на богатство.

Еще в давние времена сам факт владения определенной собственностью считался признаком состоятельности. Первичным элементом частной собственности, как правило, является недвижимое имущество. Исполком веков наличие определенной недвижимости в личном владении выступала довольно весомым признаком достатка, роскоши и богатства индивидуумов. Именно для таких лиц всегда выдвигались предложения по выполнению нескольких больших налоговых обязательств. Именно благодаря налогу на богатство есть все предпосылки для реализации того принципа налогообложения, что богатые, более состоятельные граждане должны уплачивать больше налогов.

Исходный элемент каждого налога — объект налогообложения. Это тот фундамент, без которого налогообложение теряет свой смысл. И.Х. Озеров с определенной долей иронии по этому поводу высказывался следующим образом: если существует налог на промышленность, должна присутствовать и сама промышленность [8]. Аналогично дело обстоит и с налогом на богатство: если существует налог на богатство, тогда должно существовать и само богатство как объект налогообложения. Этому способствует частная собственность и ее накопление. Обеспечить этот процесс может только рынок со своей свободной системой рыночных отношений. Только в условиях развитого рынка может в наибольшей степени генерироваться и накапливаться частная собственность.

Частная собственность — не просто важный, неотъемлемый и обязательный элемент рыночной экономики, а ее образующая, первичная основа. При этом, рынок и частная собственность тесно взаимосвязаны: рынок способствует росту частной собственности и ее приумно-

жению, а частная собственность, в свою очередь способствует развитию и совершенствованию рыночных отношений. Следовательно, они не только взаимосвязаны, но и взаимозависимы и взаимовыгодны.

Частная собственность является доминирующим институтом рыночной экономики. Именно частная собственность способна наиболее полно раскрыть содержание системы рыночных экономических отношений и в наиболее полной степени реализовать потенциал рынка. Соответственно, рыночная экономика существенно стимулирует развитие частной собственности. Вследствие этого значительно расширяется база налогообложения, а также создаются новые объекты налогообложения.

Очевидно, что с фискальной позиции частная собственность — необходимый и выгодный для государства элемент рыночной экономики. Когда при доминировании государственной собственности в обществе основу формирования бюджетных доходов составляют доходы государственного сектора, то уже в условиях превалирования частной собственности главным способом мобилизации доходов государства выступают налоги. Рыночная экономика обладает мощным созидательным характером: она создает частную собственность, благодаря чему образуются и потенциальные объекты налогообложения. При этом, очень важно только, чтобы налоги не превратились в способ произвольной конфискации частной собственности.

Налоги эффективно функционируют в условиях рынка с частной собственностью. Чем больше частной собственности, тем больше реализуется потенциал налогообложения. Следовательно, в государственных интересах способствовать развитию рынка, рыночных отношений и удовлетворять впоследствии свои фискальные потребности посредством его результатов — частной собственности. Соответственно, в государственных интересах также должно быть стимулирование процессов накопления частной собственности и ее накопления. Этим предусматривается формирование общества состоятельных граждан, способных без затруднений нести несколько большее налоговое бремя, выдерживая его тяжесть, уплачивать большее количество налогов и большие суммы налогов. Сказанное имеет отношение и к налогу на богатство, непосредственное и, возможно, наибольшее. Налог на богатство олицетворяет истину: богатое общество — богатое государство.

Частная собственность обладает многими преимуществами в системе рыночных отношений. Для граждан, прежде всего, собственность выступает свидетельством личной свободы, средством самореализации и удовлетворения потребностей. Но данная свобода, с иной точки зрения, является несколько относительной и ограниченной, поскольку та же частная собственность порождает и полную противоположность — несвободу, обязывая граждан уплачивать с этой собственности налоги. Безусловно, частная собственность является целью реализации намерений граждан, опорой стабильности об-

щества в целом, условием социального и личного благосостояния. Но она также выступает и основой для формирования необходимых финансовых ресурсов государства через налогообложение и усиления его финансовой мощности. Здесь важную роль играют все без исключения виды налогов, в том числе и налог на богатство, имеющий непосредственное отношение ко всей всевозможной собственности во владении и распоряжении у граждан. На этом основании предоставляется возможность считать приумножение значения налога на богатство как составляющей налоговой системы и элемента личного налогообложения неуместным.

Одним из условий динамичного развития частной собственности является свобода предпринимательской деятельности. То есть, частный сектор не должен иметь никаких запретов для предпринимательства. Прежде всего, это имеет отношение к традиционной предпринимательской деятельности граждан — созданию малого бизнеса. Также должен существовать рынок купли-продажи имущества, а вместе с ним рынок финансовых институтов и финансовых инструментов, поскольку неизрасходованные доходы граждан требуют эффективных механизмов сбережения и инвестирования денежных средств. Финансовые инвестиции еще со времен средневековья привлекают внимание общества. Сегодня они могут составлять огромные инвестиционные портфели и создавать очень большие финансовые состояния граждан. Тем более, что финансовые активы являются обязательным и весьма значительным элементом при формировании налогооблагаемой базы по налогу на богатство.

Исторически термин частная собственность возник при появлении необходимости отделения государственного (общественного) имущества от всего остального имущества. В современном понимании понятие частной собственности возникло вместе с понятием собственности в XVII в., в период быстрого распространения идей естественного права. С одной стороны, было сделано обоснование отделения собственности, происходившей по коммерческой деятельности граждан, от собственности правителя (короля), которая в средневековье выступала как универсальная форма собственности. Однако, первичной в обществе выступает совместная собственность (коллективное владение общественным достоянием). Но в таких условиях невозможны процессы присвоения определенных объектов собственности и их накопления. Существует предположение, что собственность (property) не тождественна богатству (wealth), и последнее может возрастать в условиях отсутствия первой. Данное утверждение может быть вполне уместным, но в зависимости от экономического обустройства общества и роли в нем государства. Некоторые богатые общества одновременно не знают собственности. Если государство способно выполнять общественные функции, оно не нуждается в частной собственности и ее налогообложении при условии, что оно обладает надежными и достаточными источниками мобилизации денежных средств в неналоговой форме. Однако,

даже это может оказаться в финансовом выражении чрезмерно обременительным для самого государства, а само общество будет безосновательно освобождено от разных обязанностей, в том числе — уплачивать налоги. Более того, отсутствие частной собственности снижает стимулы к труду и впоследствии удовлетворения его результатами. Макроэкономические последствия подобной политики могут быть крайне пагубными. Напротив, гораздо выгоднее создать общество с развитой частной собственностью, с которого станет возможным взимать различные виды налогов — подоходные, имущественные, с богатства.

Таким образом, с позиции государства значительно проще управлять обществом при отсутствии частной собственности; но это небезопасно. Как свидетельствует история, развитие частной собственности выступило органической и объективной нормой процесса экономической эволюции общества. Постепенно на последующих стадиях общественного прогресса усложнялись формы частной собственности и отношений собственности. Еще в конце XVIII века А. Смит отмечал, дальнейшее общественное развитие в значительной мере становится эволюцией форм обеспечения безопасности собственности и защиты богатых от бедных [10]. Единственный способ сохранить в целостности и обезопасить частную собственность — уплачивать с нее налоги. И чем больше частной собственности в наличии у граждан, тем больше нужно уплачивать налогов. Данную гипотезу вполне подтверждает налог на богатство.

Для сравнения уместно привести пример времен правления императора Тиберия (второй римский император из династии Юлиев-Клавдиев, живший на стыке тысячелетий и правивший в начале нашей эры). При Тиберии сильно укрепилась экономика, прежде всего благодаря его бережливости: существенное сокращение государственных расходов, прекращение финансирования крупных проектов. В 16 и 22 гг. император принял законы против роскоши. Об этом можно сделать неоднозначные выводы. Относительно роскоши в государственном секторе это вполне приемлемо и справедливо, поскольку в итоге дает положительный результат. Однако, общество всегда остается заинтересованным в частной собственности. Первым проявлением состоятельности граждан выступала именно частная роскошь, поскольку в те времена приобретение и накопление значительной собственности являлось весьма затруднительным. Поэтому, отмена роскоши в частном секторе скорее была нецелесообразной по причине, что она могла выступать признаком состоятельности с последующим одновременно преобразованием в объект налогообложения. Возможным есть предположение, что именно отдельные элементы роскоши граждан в давние времена являются первичной формой отражения богатства, каким оно выступает в современном воплощении. Вместе с этим следует отметить и то, что сегодня существуют различные формы и видов налогов на частную собственность. Традиционно, это имущественные

налоги, а также — налог на богатство. Помимо них, практикуется также и взимание еще одного особого налога — с роскоши. Налоги на роскошь предусмотрены для уплаты лишь с отдельных предметов частной собственности граждан. Впрочем, очевидно что римский император придерживался умеренности в налогообложении, поскольку широко известно его выражение: «Наместникам, которые советовали ему обременить провинции налогами, он [Тиберий] ответил, что хороший пастух стрижет овец, но не сдирает с них шкуры».

В современных условиях практически каждый налог на каждый объект частной собственности не совсем логично интерпретируется как налог на богатство. Это относится практически ко всем упомянутым налогам, которые взимаются с граждан: подоходному налогу, имущественным налогам и налогам с роскоши. Однако, любой объект частной собственности лишь относительно можно назвать богатством, поскольку сама сущность этого понятия мотивирует его восприятие как некоторого комплексного многогранного термина. Для каждого объекта частной собственности существует предусмотренный вид имущественного налога. Из общей совокупности частной собственности — движимого и недвижимого имущества — могут также выделяться и отдельные объекты, для которых предъявляются особые налоговые требования и для которых предназначены специальные налоги — на роскошь. Но прямой связи с налогом на богатство здесь нет.

Особенно система имущественного налогообложения, при взимании отдельных видов налогов, неправомерно отождествляется с налогом на богатство. Это неправильно, поскольку одновременно могут существовать квартирный налог, система имущественных налогов на различную недвижимость, налог на землю и т. д., а также — налоги на роскошь, и особенно — налог на богатство. Для каждого налога предусмотрен четко определенный объект налогообложения. Путать их между собой нет никакой необходимости. Наоборот, это создает лишнюю путаницу и вводит в заблуждение.

Если существуют очевидные отличия между налогом на богатство с одной стороны и имущественными налогами и налогом с роскоши с другой, то отличие от подоходного налога не должно вызывать никаких сомнений вообще. Однако, и этот факт имеет место. Крайне ошибочным является отождествление с налогом на богатство дополнительного налога (sur-tax) на доходы (sur-income) граждан, который взимается в контексте личного подоходного налогообложения как его прямое продолжение. Данный налог именуется даже не как налог на богатство, а как налог на роскошь. Такого рода налог на роскошь предусматривалось ввести в Италии в 2013 г. в размере 5 % на доходы свыше € 90 тыс. и 10 % — с доходов свыше € 150 тыс. Впрочем, такой налог введен во Франции с 2014 г. в размере 75 % для доходов свыше € 1 млн. Таким образом, четкое разграничение налогов в зависимости от объекта налогообложения необходимо для того, чтобы впослед-

ствии не возникало излишнего беспорядка, несогласованности и в определенной мере тавтологии в их определении и сфере применения. Каждый налог функционирует самостоятельно, вне зависимости от прочих налогов, на основании специфики механизма его взимания.

Налог на богатство предусматривает наличие значительного объема собственности у граждан. Частная собственность создается путем реализации экономических интересов и удовлетворения экономических потребностей граждан. Экономические интересы имеют вид осознанных экономических потребностей индивидов и объективно побудительных мотивов их экономической деятельности, обусловленные развитием их потребностей в системе отношений собственности. Экономические потребности выступают тем мотивом, который побуждает человека к экономической деятельности с целью обеспечения личного благосостояния. Формой проявления экономических потребностей есть экономические интересы. В рыночной экономике с частной собственностью основной тип экономических интересов — индивидуальный. Индивидуальные экономические интересы проявляются как частные интересы и потребности, ориентированные на увеличение частной собственности и создание частного богатства. Следовательно, налогообложение богатства как частной собственности, это — налогообложение частного богатства.

Экономические потребности реализуются путем присвоения представителями различных классов и социальных групп различных объектов собственности. Для одних граждан достаточным является реализация экономических интересов на уровне предметов домашнего быта (простое потребление и потребительское расходование доходов); другие люди осуществляют капитализацию доходов посредством их инвестирования в различные виды ценных бумаг, приобретения имущества и предметов роскоши, размещением на банковские вклады и т. п. Именно капитализация доходов граждан способствует созданию значительных объемов частной собственности. Экономические потребности реализуются в процессе потребления и расходования доходов.

Экономические явления и процессы развиваются под воздействием экономических законов. А. Маршал утверждает, что экономические законы — выражение общественных тенденций, обобщение, которое провозглашает, что от представителей определенных социальных групп при определенных условиях можно ожидать определенного образа экономических действий [5].

Экономическое поведение граждан мотивируется экономическими интересами и экономическими потребностями. Сущность экономических потребностей раскрывается в законе возрастания потребностей. Закон возрастания потребностей является источником развития экономики. Потребности человека безграничны, а их разнообразие является признаком могущества экономической системы. Постоянный рост потребностей за время существования человеческой цивилизации свидетельст-

вует о действии экономического закона роста потребностей. Экономические интересы большей части общества нацелены на получение текущих предметов потребления, а интересы отдельных граждан в большей мере сосредоточены на увеличении частной собственности (недвижимого и движимого имущества, финансово-денежных активов, драгоценностей и т. д.). Таким образом, закон возрастания потребностей — мощный стимул накопления частной собственности. С ним органично гармонирует также закон спроса на предметы роскоши, существенно усиливая процессы создания частной собственности.

Формирование значительного объема частной собственности происходит на основе специфических экономических законов. Отношениям собственности присущи особые экономические законы развития (закон концентрации собственности, закон централизации собственности, закон монополизации собственности).

Отдельные индивиды в обществе стремятся к безграничному обогащению. Особую теоретическую конструкцию по этому поводу построил П. Прудон, объявивший крупную частную собственность граждан кражей, величайшим заблуждением и злом, поскольку она способствует присвоению нетрудового дохода. Отчасти, с этой предпосылкой можно согласиться. Сущность противоречия данному высказыванию состоит в невозможности наложения запрета на приобретение индивидами частной собственности. В таком случае ее нужно попросту уничтожить. Но тогда исчезнет рынок и система рыночных отношений как двигателя экономического развития. Не следует забывать, что именно спрос является основой и предпосылкой экономического прогресса. Приобретение и накопление частной собственности выступает прямым следствием использования неизрасходованных доходов в целях их капитализации. В этом есть свои неоспоримые преимущества. К примеру, люди-рантье, которые осуществили различные финансовые инвестиции (в ценные бумаги и прочие финансовые инструменты, банковские вклады и т. д.); то есть, с другой стороны, экономика насыщена денежными средствами, создан очень мощный фиктивный капитал, который работает в целях развития экономики. Уничтожение частной собственности и рынка автоматически ликвидирует и финансовый капитал.

Очевидно, что поощрение развития частной собственности во всевозможных видах и формах ее проявления является доминирующей функцией государства. Это весьма способствует акселерации социально-экономического развития общества и повышению уровня благосостояния граждан. А для самого государства открываются неограниченные фискальные возможности, поскольку предоставляется шанс взимания различных видов налогов в разных формах в контексте индивидуального налогообложения: подоходный налог, система имущественных налогов, налоги с роскоши, налог на богатство. Поскольку частная собственность и хозяйство функционируют по законам рыночной системы, они обособлены от государственных

финансов. Государство, нуждающееся в финансовых ресурсах, может получить их посредством налогообложения частной собственности.

Рыночные законы являются объективными. Любое их отвержение нецелесообразно и принципиально неприемлемо. Преимущественно, это зависит от позиции государства и его экономической политики. Без частной собственности нет и рыночной экономики. Поэтому сильное государство, способное функционировать в рыночной среде — одно из главных условий эффективных социально-экономических трансформаций. Дж. Локк по этому поводу подчеркивал, что презирающее необходимые для подлежащего соблюдения правила общество превращается в криминальное сообщество; тогда оно начинает жить по принципу «*bellum omnium contra omnes*» («война всех против всех»), возвращаясь к эпохе варварства. Начинается обратный путь — инволюция общества.

Частная собственность обладает сильным стимулирующим воздействием. Данным подразумевается не только стремление к ее дальнейшему накоплению. Косвенно частная собственность предопределяет также и ее налоговый эффект. Чем больше объем частной собственности, тем больше индивидуум нуждается в денежных средствах для выплаты налогов. Определенно, частная собственность выступает незаменимым стимулирующим инструментом поощрительного характера, побуждает граждан как к заработку денежных средств для ее приобретения и приумножения, так и до получения достаточных доходов в целях уплаты налогов. Это относится к выплате всех налогов соответственно для каждого вида имущества, находящегося в частной собственности, уплате дополнительного налога с отдельных предметов собственности — с роскоши, выплате комплексного налога с общей совокупности частной собственности — налога на богатство. На этом основании можно сформулировать алгоритм: «максимизация доходов — максимизация благосостояния — максимизация налогообложения».

Частной собственности свойственна специфика налогообложения. Особенность имущественных налогов состоит в том, что их объектом является имущество само по себе, а не как источник получения дохода. Частично это относится и к налогу на богатство, поскольку фиктивный капитал объективно является источником генерирования доходов. В целом, налоги на частную собственность (имущество) индивидуумов накладываются на неамортизируемые активы. Традиционно рассматривается влияние налогообложения на предпринимательские структуры — воздействие на уровень финансовой обеспеченности и инвестиционные потребности. Аналогично необходимо рассматривать и налогообложение доходов и имущества граждан: каждый из элементов может облагаться как различными налогами в отдельности, так и в целостном выражении — налог на богатство.

История развития налогообложения свидетельствует, что изначально существовали имущественные налоги. Важно отметить, что уже на начальных этапах фор-

мирования налоговой системы эти налоги выступали как прототип современного налога на богатство. На этом основании можно обоснованно утверждать, что налог на богатство — первичная форма налогообложения граждан. Имущественные налоги давних времен имеют много общего с современным налогом на богатство и очень похожи с ним. На то время они уже выступали в качестве прямых реальных налогов: подать, подворный налог, подомовый налог, подушный налог, подымный налог [7].

Подать — наиболее простая форма прямого налога, взимаемого в равных суммах независимо от размера дохода или имущества индивидуума, которая получила широкое распространение в период феодализма. В Германии поголовный налог, введенный в XIV в., имел название подати. Во Франции податной характер имели налоги на окна и двери. В России изначально податью облагалась земля (посошное обложение), двор (подворный налог). Существовали также стрелецкая подать — сбор на содержание войска и подать на выкуп пленных. Взимание высокой подати с земли приводило к значительному сокрытию земельных участков, продаже земель монастырям, уходу крестьян с земли, что снижало ее фискальное значение. В дальнейшем царское правительство для увеличения доходов ввело подушную подать (подушный налог), которая взималась с каждой мужской души, включая детей и стариков. С развитием капиталистических отношений подать стала постепенно вытесняться поимущественным, подоходными и другими прямыми налогами.

Подворный налог — вид прямого обложения в царской России, объектом которого выступал двор. Налог был введен вместо посошного обложения в 1679 г. и взимался на основании данных подворной переписи. Переход на подворное обложение значительно расширил круг налогоплательщиков за счет категории людей («задворных» и «деловых»), обслуживавших хозяйство феодала, но которые жили особыми дворами и имели свое собственное хозяйство. Введение подворного налога означало и усиление феодальной эксплуатации, поскольку учитывалась не только рента с земли, но также и доход от труда работника. Общая сумма налога определялась государством, а крестьянская община и посад раскладывали ее между дворами, при этом основное бремя налога перекладывалось на крестьянские и посадские низы. В 1724 г. налог был заменен подушной податью; на Украине и в Белоруссии он сохранялся до середины XVIII в. Денежный подворный налог взимался в СССР в 1922–23 гг. (до введения единого сельскохозяйственного налога).

Подомовый налог — вид прямого обложения, объектом которого являются жилые дома, другие постройки (конторские, складские, торговые помещения). Подомовый налог возник в период раннего средневековья и формы его весьма разнообразны. Первоначально он взимался с жилых домов по внешним признакам: по числу печей или печных труб, затем по числу окон и дверей, а также комнат. С развитием товарно-денежных отношений и созданием более гибких форм налогообложения

подомовый налог в сельской местности был заменен земельным налогом. В городах и поселках городского типа по мере того, как все большие размеры принимала купля-продажа домов, сдача помещения внаем, ставки налога стали устанавливаться со стоимости строений или приносимого ими дохода. При этом учитывались характер строения и место его расположения. Постепенно подомовый налог приобрел формы поимущественного и подоходного налогов. В России царских времен подомовый в 1863 г. налог был введен в форме налога с недвижимого имущества в городах (обложению подлежали жилые дома, фабрики, заводы, театры, бани и строения с принадлежащими к ним постройками). В современных условиях подомовый налог применяется во многих странах.

Подушный налог (подушная подать) — давний вид прямого обложения, взимаемый с каждого физического лица в одинаковых размерах независимо от величины дохода и имущества. Налог известен с древнейших времен (в XII в. до н. э. существовал в Китае). В средние века получил широкое распространение (Великобритания, Германия, Франция). В России подушный налог, введенный Петром I вместо подворного налога, стал взиматься с 1724 г. после проведенной переписи населения со всех душ мужского пола, включая стариков и детей. С конца XVIII в. налог становится главным доходом. Постепенно путем исключения из обложения зажиточных слоев населения он превратился в крестьянский налог, сбор которого производила крестьянская община, а поступление в полной сумме гарантировалось круговой порукой (вся община отвечала за платежи каждого ее члена, а невыплаченная сумма налога одним крестьянским двором раскладывалась на остальные). Тяжесть обложения приводила к крупным недоимкам. К неплательщикам государство применяло жесткие меры, вплоть до изъятия имущества за долги. Все это приводило к разорению крестьян, вызывая сильное недовольство. Часто состоятельные лица вносили подати за разоряющихся крестьян, которые вынуждены были отрабатывать у них эти суммы, что усиливало закабаление беднейшего крестьянства. Подушный налог был отменен в большинстве губерний Европейской части России в 1887 г. (в Сибири — в 1899 г.). В современных условиях подушный налог существует в некоторых экономически развитых странах как особый налог в системе местного обложения (Япония, Франция), а также в некоторых странах как государственный налог.

Подымный налог — древнейшая форма прямого реального подомового обложения. Величина налога исчислялась в зависимости от количества печей и труб в хозяйстве. Обложение «по дыму» известно с давних времен. Еще поляне платили хазарам «от дыма по мечу». В более поздние времена в России подымные налоги собирались в казну в селах, слободах и посадах. При мобилизации некоторых прямых налогов счет «на дым» сохранялся в России вплоть до XVII в. (раскладка мирских повинностей, деньги на ратных людей, на выкуп пленных, стре-

лецкая подать), а в Закавказье его функционирование сохранилось до начала XX в.

Еще одна аналогия налога на богатство существовала в бывшем СССР в 1920-х гг. Это — подоходно-поимущественный налог, вид прямого налога, установленного на доходы и имущество физических и юридических лиц (введен 16.11.1922 г.). Данным налогом облагались доходы отдельных лиц и частных акционерных обществ от торговой и прочей деятельности, владения зданиями, иным имуществом, занятий свободными профессиями, и суммы, превышающие установленный размер вознаграждений за работу в учреждениях и на предприятиях. Для увеличения обложения капиталистических элементов взимался дополнительно налог с имущества (кроме предметов домашней обстановки и домашнего обихода), не используемого в производстве (строения, экипажи, драгоценные металлы, камни, инвентарь). В 1923 г. он был объединен с некоторыми другими видами налогов (общегражданским, квартирным и налогом с лиц, нанимающих домашнюю прислугу). Подоходно-поимущественный налог устанавливался в виде основного (классного) и дополнительного (прогрессивного). Плательщики первого в зависимости от источника доходов делились на категории и группы. Для каждой группы устанавливался твердый оклад налога, налогооблагаемый минимум, дифференцированный по поясам местности. Дополнительный налог исчислялся по прогрессивным ставкам с совокупного дохода (за вычетом основного налога), превышавшего установленный минимум. Лица, вносившие налог по совокупности доходов (кроме рабочих и служащих), сверх налога на доход, также уплачивали налог с имущества личного пользования, не являвшегося предметом их промысла, по особой ступенчатой шкале. Обложение имущества постепенно утратило свое значение, и в 1924 г. налог был преобразован в подоходный налог.

Альтернативные разновидности доходно-имущественных налогов демонстрируют, что уже с давних времен предпринимались попытки создания некоторого универсального комплексного налога, целостно охватывавшего доходы и имущество граждан. Отчасти это удалось реализовать и применить на практике. Однако по своей фискальной мощности современный налог на богатство значительно превосходит все перечисленные варианты.

Налог на богатство имеет свои трудности с введением и функционированием. Введение конкретного налога обуславливается влиянием ряда факторов — социальных, экономических, финансовых; но в наибольшей степени введение налогов мотивируется наиболее весомым фактором — политическим. Указанное является основой для введения и налога на богатство. Как правило, в каждом конкретном случае главную роль играет один фактор. В Испании налог на богатство непрерывно просуществовал 30 лет (особенно во время стремительного экономического развития) и был очень своевременно отменен накануне финансового кризиса 2008 г. Во Франции налог на богатство изначально был внедрен и вскоре отменен — по причине сугубо политического характера, поскольку имела место открытая конфронтация политических интересов; затем он был снова введен и неизменно функционирует уже более 30 лет [6]. В Германии налог на богатство был ликвидирован по техническим причинам: метод оценки состояния в 1995 г. был признан несоответствующим конституции, вследствие чего он был отменён.

Модели налога на богатство различаются по странам. Для примера можно сравнить налог на богатство в Испании и во Франции. Механизм налог на богатство в Испании выглядит следующим образом (табл. 1).

В Испании налог на богатство впервые был введен в 1978 г. [1]. Изначально он назывался Impuesto Extraordinario sobre el Patrimonio de las Personas Físicas, а с 1991 г. — Impuesto sobre el Patrimonio. Его функционирование временно было приостановлено в период 2008–2010 гг. Повторно налог на богатство в Испании был введен с 2011 г., при этом, его механизм оказался намного усовершенствованным и эффективным в сравнении с предыдущим вариантом. С точки зрения плательщиков налога на богатство, он стал социально справедливее за счет повышения обязательных индивидуальных освобождений и вычетов. Налог на богатство уплачивается по прогрессивной шкале (progressive sliding scale). Максимальная ставка налога на богатство осталась неизменной — 2,5 %, как и в 2007 г. Общее количество налоговых ставок также осталось неизменным (8). На протяжении всего периода 2011–2014 гг. модель налога на богатство в Испании не изменялась [3].

Таблица 1

Модель налога на богатство в Испании в 2011–2014 гг.

Выше € 700,000	До €	Ставка, %	Налог, €
—	167,129	0,2	334
167,129	334,253	0,3	836
334,253	668,500	0,5	2,507
668,500	1,337,000	0,9	8,523
1,337,000	2,673,999	1,3	25,904
2,673,999	5,347,998	1,7	71,362
5,347,998	10,695,996	2,1	183,670
Свыше	10,695,996	2,5	—

Таблица 2

Модель налога на богатство во Франции в 2010–2014 гг.

2010		2011		2012		2013–2014	
€, млн.	Ставка, %	€, млн.	Ставка, %	€, млн.	Ставка, %	€, млн.	Ставка, %
до 0,790	—	до 0,800	—	до 1,300	—	до 0,800	—
до 1,290	0,55	до 1,310	0,55	до 3,000	0,25	до 1,300	0,5
до 2,530	0,75	до 2,570	0,75	выше	0,5	до 2,570	0,7
до 3,980	1,0	до 4,040	1,0			до 5,000	1,0
до 7,600	1,3	до 7,710	1,3			до 10,000	1,25
до 16,540	1,65	до 16,790	1,65			выше	1,5
выше	1,88	выше	1,88				

Во Франции налог на богатство существует с 1982 г. — Impôt de solidarité sur la fortune (ISF) [2]. В отличие от Испании, во Франции налог на богатство пересматривается ежегодно. Налог на богатство также уплачивается по прогрессивной шкале. Ставки постоянно корректируются, на 2014 г. предельная ставка составляет 1,5 %. В сравнении с предыдущим периодом (за исключением 2012 г.) их стало на одну меньше (7), а необлагаемый минимум — несколько вырос. В 2013–2014 гг. действует одинаковый механизм взимания налога на богатство (табл. 2).

Налог на богатство имеет много общего с имущественным налогообложением. Ему свойственны те же многие преимущества и недостатки, которыми обладают налоги на имущество. Вдобавок к этому, у налога на богатство есть собственные плюсы и минусы. К примеру, очевидными и неоспоримыми преимуществами налога на богатство являются: (1) высокий необлагаемый минимум (у имущественных налогов он, как правило, не очень большой, а часто и вовсе отсутствует); (2) низкие ставки взимания (у имущественных налогов ставок, как правило, немного, но они могут быть очень высокими).

Модели налога на богатство также могут существенно отличаться по странам. В каждой стране он функционирует со своей спецификой. Например, в Индии существует всего одна ставка, которая составляет 1 %. Пропорциональная ставка также имеет место в Норвегии. Весьма разветвленной, аналогично Испании, является также модель и система взимания налога на богатство в Швейцарии.

Главные отличия налога на богатство от имущественных налогов состоит в следующем: (1) прежде всего — база и объект налогообложения, которые несоизмеримы и несопоставимы; (2) количество объектов налогообложения: у имущественных налогов их намного больше, но налог на богатство их эффективно компенсирует за счет иных объектов (например, финансовых активов); (3) количество плательщиков налогов: имущественные налоги здесь явно доминируют, поскольку их плательщиками выступает все население в стране, а плательщиками налога на богатство является лишь определенная, сравнительно малая часть общества — исключительно состоятельные граждане. Но категория таких лиц в странах с развитой

рыночной экономикой довольно внушительна: налог на богатство уплачивают сотни тысяч граждан. А бюджетные поступления от взимания налога на богатство составляют миллиардные суммы. При этом, количество плательщиков налога на богатство ежегодно возрастает.

В целом, имущественное налогообложение является общепринятым в рыночно развитых странах. Поимущественное налогообложение известно с древнейших времен. И всегда рассматривалось как наиболее справедливая форма личного налогообложения (и не только личного, но и как самый справедливый из всевозможных налогов). Во все времена предпринимались попытки облагать имущество налогом в соответствии с его стоимостью. Если существует трудности с определением рыночно адекватной стоимости конкретного имущества, то еще более проблематичным является определение стоимости в отношении целого комплексного состояния индивидуума.

Современная налоговая система наполнена многообразием форм налогообложения и множеством разных видов налогов. Каждый (без исключения) налог можно оправдать и принять или раскритиковать и отвергнуть. Поэтому изменчивость форм и видов налогов является объективной нормой, процессом естественного отбора наилучших эталонов налогообложения, их совершенствования, или же создания принципиально новых форм и видов налогов. По всей очевидности, налог на богатство имеет наиболее богатую историю и эволюционную периодизацию своего современного состояния: потребовалось довольно много времени, чтобы создать совершенный, универсальный налог. К тому же, вполне возможным является предположение, что еще не окончательный вариант.

Налог на богатство взимается с величины личного богатства индивида. Процесс его взимания налога включает проведение регулярной оценки стоимости активов индивида. Это может вызывать затруднения там, где активы по своему характеру не обращаются на регулярном рынке, а также там, где их рыночные цены подвержены быстрым колебаниям. Также, не совсем просто измерить активы, которые являются довольно мобильными (например, драгоценности, ценные бумаги на предъявителя или банковские депозиты в иностранных налоговых гаванях). Фактически, налог на богатство взимается, как правило, по

низким ставкам на основе умеренных оценок ограниченного и четко установленного класса активов, пребывающих в собственности индивидуума.

Анализируя функциональный потенциал налога на богатство, без лишнего труда и размышлений можно утверждать, что ему в целом свойственны все те функции, которыми характеризуется какой-нибудь другой налог. Но в наибольшей мере отличительной чертой налога на богатство является его фискальная сила. Именно данное свойство способствует еще большей реализации принципа справедливости налогообложения. Тем более, что в действительности оно так и получается: богатый платит больше. Наверное, налог на богатство — один из немногих (если не единственный), который полноценно может не считаться социально несправедливым.

Выполняя фискальную функцию, налог на богатство обеспечивает достаточный, устойчивый уровень посту-

плений в местные бюджеты, ведь состояние как объект налогообложения в его случае является более стабильным в сравнении с другими видами активов или доходами граждан. В некоторых странах (например, Норвегия) поступления от налога на богатство составляют 50 % в общей сумме налогов с собственности.

Опыт и практика использования налога на богатство является весьма полезным для стран, где отсутствуют длительные традиции налогообложения или налоговые системы которых находятся на стадии становления или в состоянии рыночных трансформаций. В каждом обществе всегда существует класс состоятельных граждан. Соответственно, есть все необходимые предпосылки для введения налога на богатство: социальная подоплека, финансово-экономические условия современной жизни общества. Потенциал налога на богатство является вполне достаточным для его эффективного действия.

Литература:

1. Breña Cruz F. A. Impuesto extraordinario sobre el patrimonio de las personas físicas / Fernando A. Breña Cruz. — Madrid: Ministerio de Hacienda, Servicio de Publicaciones, 1982. — 406 p.
2. Courtois P. L'impôt sur les grandes fortunes: personnes et biens imposables, règle d'évaluation des biens privés et professionnels, modalités d'application et de contrôle / Pierre Courtois. — Paris: Librairies techniques, 1982. — 311 p.
3. Fernández de Soto Blass M. L. Suma fiscal: teoría, práctica, fórmulas y esquemas del sistema tributario español / María Luisa Fernández de Soto Blass. — Madrid: Dykinson, 2011. — 853 p.
4. Gonzalo y González L. Sistema impositivo español: estatal, autonómico y local; 13ª ed. / Leopoldo Gonzalo y González, Cristino Fayos Cobos. — Madrid: Dykinson, 2012. — 768 p.
5. Marshall A. Principles of economics: an introductory volume; 8th ed. / by Alfred Marshall. — London: Macmillan, 1920. — xxxiv, 871 p.
6. Tixier G. L'impôt sur les grandes fortunes / Gilbert Tixier, Daniel Lalanne-Berdouticq. — Paris: L. G. D.J., 1982. — 2 Vol.
7. Гарбузов В. Ф. Финансово-кредитный словарь: в трех томах. Том 2 / Гл. ред. В. Ф. Гарбузов. — М.: Финансы и статистика, 1986.
8. Озеров И. X. Главнейшие течения в развитии прямого обложения в Германии: В связи с экономическими и общественными условиями / И. X. Озеров. — С.-Петербург: Типография В. Киршбаума, 1899. — vi, 331 с.
9. Свердан М. М. Налог на богатство — фискальный инструмент государства в достижении социальной справедливости налогообложения / М. М. Свердан // Экономика, социология, право: новые вызовы и перспективы: Материалы научно-практической конференции 27–28 июня 2011 г.: Москва, 2011. — С. 89–92.
10. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. — Москва: Соцэкгиз, 1962. — 684 с.

Формирование, исполнение и анализ бюджета муниципального образования туристско-рекреационной специализации Сочи

Снегирева Елена Валерьевна, старший преподаватель

Сочинский институт Российского университета дружбы народов (Краснодарский край)

Степень эффективности управления муниципальным образованием зависит от степени сбалансированности целей управления, обеспеченности ресурсами и способности применять современные методологии стратегического планирования. На практике муниципального управ-

ления понимание местных ресурсов зачастую сводится только к финансам муниципального образования, тогда как экономическую основу деятельности органов местного самоуправления составляют: имущество, находящееся в муниципальной собственности, средства местных

бюджетов, а также имущественные права муниципальных образований.

Рационализация и построение бюджетной политики муниципалитета является по сути разработкой эффективного бюджета муниципалитета, обоснование которого определяется причинами, как совершенствование нормативно-правовой базы, «обеспечивающее регулирование бюджетных отношений и научной обоснованности развития межбюджетных отношений в стране, кроме того способности руководителей, специалистов и муниципальных служащих обеспечивать эффективность финансовой деятельности местных органов власти, выражающуюся в рациональности затрат и минимизации нерациональных расходов в целях достижения реальных социальных эффектов» [1, с. 36].

Законотворчество в регулировании межбюджетных отношений базируется на системе бюджетирования, ориентированного на результат, причем все это производится с целью гарантии финансовой самостоятельности и ответственности муниципальных и региональных властей, активизации их интереса в управлении финансами и выработки стимулов экономического развития территорий.

Те средства в виде трансфертных платежей, которые поступают нижестоящим бюджетам из федерального как элемент финансовой поддержки, представляют структуру выравнивания бюджетной обеспеченности муниципалитетов, регионов с одновременной реализацией тех конкретных целей и задач, являющихся приоритетными как для региона или муниципалитета, так и для Федерации в целом.

Однако, независимо от совместно реализуемых целей и оптимизации межбюджетных отношений, в системе регионального управления существуют проблемы в виде несовершенства правовой базы межбюджетного характера, слабой доходной базы местных бюджетов, низкой эффективности бюджетных расходов, высокой дотационности, бюджетной устойчивости, без дефицитности и т. д. Следовательно, доходная часть местного бюджета и будет являться тем элементом, который синтезирует и собирает экономическую и финансовую базу бюджета муниципального образования.

Анализируя состояние муниципалитетов и регионов, выяснено, что существует в основном проблема недостаточности собственных источников налоговых доходов и проблема неэффективных межбюджетных отношений, что вызывает дотационность муниципальных образований. Это в свою очередь ликвидирует стимулы для роста собственных доходных источников бюджетов.

К 2015 году, подчеркнул замглавы Счетной палаты, доходы и расходы консолидированных бюджетов субъектов Федерации, как планируется, вырастут по сравнению с текущим годом на 26 % при сохранении общего дефицита этих бюджетов. Объем же межбюджетных трансфертов за эти три года планируется сократить более чем на 15 %. Соответственно доля трансфертов в доходах консолидированных бюджетов сократится почти в 2 раза — с 19,2 %

в 2011 году до 11,1 % в 2015 году. В то же время доходы бюджетов 15 субъектов Федерации сформированы более чем наполовину за счет безвозмездных поступлений [2].

Каждое муниципальное образование имеет свой бюджет, и муниципальное образование Сочи не исключение. Бюджет муниципального образования г. Сочи необходим для исполнения расходных обязательств муниципалитета. Основные направления для реализации муниципальных задач, на финансовое обеспечение которых предполагается движение этих средств, обоснованы в ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» [3]. Отдельные государственные функции и полномочия реализуются с учетом предоставляемых субвенций. Бюджетный процесс в муниципальном образовании Сочи идентичен многим другим муниципалитетам.

Проект бюджета города на очередной финансовый год разрабатывается и предполагает проведение публичных слушаний по нему, которые могут откорректировать первоначальный вариант утверждаемого в дальнейшем Городским Собранием Сочи бюджета. Проект бюджета города Сочи составляется и утверждается сроком на три года — на очередной финансовый год и плановый период. Глава города Сочи вносит проект решения Городского Собрания Сочи о бюджете не позднее 15 октября текущего финансового года. Городское Собрание Сочи рассматривает проект в двух чтениях. Публичные слушания по проекту бюджета города проводятся администрацией города Сочи в целях донесения информации до населения и учета их мнений, органов местного самоуправления о бюджетной и налоговой политике города Сочи. Решение Городского Собрания Сочи о бюджете города официально публикуется не позднее 5-ти дней после его подписания в установленном порядке. Решение Городского Собрания Сочи о бюджете вступает в силу с 1-го января очередного финансового года [4, с. 175].

Если оценить бюджет муниципального образования Сочи, то ежегодно принципиально доходными компонентами являются: налоговые и неналоговые доходы, а также безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы РФ. Основными источниками собственных доходов бюджета Сочи являются: налог на доходы физических лиц, налог на имущество, совокупный доход (таблица 1).

Большинство доходов приходится на налоговую наполняющую бюджета, где доминирующим показателем выступает налог на доходы физических лиц. Бюджет города Сочи выполняет существенную социально-экономическую задачу, обеспечивая финансирование сети дошкольных учреждений, школ, медицинских и социальных институтов и т. д.

С этой целью местные власти города стараются максимизировать налоговую составляющую доходной части местного бюджета с целью покрытия расходов по видам деятельности, осуществляемыми Сочинским муниципалитетом в соответствии с федеральным и местным зако-

Таблица 1

Динамика исполнения бюджета города-курорта Сочи по доходам за 2011–2013 гг. [5,6,7,8]

Показатель	Сумма, тыс. руб.			
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Доходы местного бюджета (включая безвозмездные поступления и доходы от предпринимательской деятельности и иной приносящей доход деятельности, всего)	14155175	14669919	21160835	17492576
Налог на прибыль организаций	206778	277141	377868	290000
Налог на доходы физических лиц	2234350	2715175	3004313	3135000
Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности	427855	483264	544100	54000
Единый сельскохозяйственный налог	4950	14273	10243	5650
Налог на имущество физических лиц	52031	22500	84567	86630
Земельный налог	584143	575250	539104	485000
Государственная пошлина	135946	137351	43466	55000
Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	1529437	1637592	1745526	1778120
Плата за негативное воздействие на окружающую среду	77478	73392	59380	57000
Безвозмездные поступления	8240184	7872422	14253305	10243576
Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	8234270	7958030	14542373	10598742
Дотации бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований	108278	66151	37036	182617
Субсидии бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований (межбюджетные субсидии)	7082682	6631070	11959037	8345647
Субвенции бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований	997985	1226489	2461844	2065073
Иные межбюджетные трансферты	45325	34320	84456	5403

нодательством. Оценка колеблемости поступления основных видов налогов за 2010–2013 гг. в общей сумме доходов представлена в таблице 1.

В структуре доходов местного бюджета г. Сочи значительную часть занимают: налог на доходы физических лиц (25,8 %-37,8 % доходов бюджета), арендные платежи за землю и имущество (15,8 %-25,9 %), земельный налог (9,9 %-13,3 %), ЕНВД (7,1 %-10,8 %).

Следует особо отметить налоги, собираемые на территории субрегиона Сочи. Налог на прибыль незначителен в общей величине доходов города. Он варьирует от 1, % до 3,5 %, хотя и имеет тенденцию к повышению.

Это свидетельствует о том, что прибыльных организаций на территории города не так уж и много, или, что они на самом деле прибыльны, но показывают убытки с целью сокращения налогообложения. Налог на имущество совсем минимален по сумме сборов в структуре доходов (0,5 %-0,9 %). Учитывая сколько вводится в эксплуатацию объектов недвижимости в субрегионе ежегодно, возникает вопрос о правильности оценки данных объектов, если они не дают существенный прирост бюджетных доходов.

Земельный налог также имеет тенденцию к понижению, что вызвано значительными налоговыми льготами в субрегионе. Хотя земля — это фактически един-

ственный ресурс, который нельзя вывести из страны, в отличие от нефтяных потоков. Учитывая опыт многих государств, налоговое обложение земельных участков и недвижимости может существенно наполнить местные бюджеты субрегионов, имеющих данный ресурс.

Большая часть малого бизнеса полную финансовую отчетность сдавать не обязаны, так как используют систему налогообложения в виде единого налога на вмененный доход. ЕНВД сокращается, что связано с простым отсутствием регистрации в качестве предпринимателей.

Госпошлина, которая в структуре доходов составляет 0,8 %-2,3 % в основном предполагает оплату регистрационных документов, бланков, лицензий и прочих административных барьеров. Таким образом, налоговых доходов бюджету Сочи явно не хватает, особенно в связи с растущими потребностями как жителей, так и гостей курорта.

Доходы бюджета города-курорта Сочи являются достоянием населения, проживающего на территории муниципального образования. Однако данных доходов не достаточно, чтобы местное сообщество было финансово независимо и обособлено, не требовало дополнительных финансовых ресурсов из бюджетов вышестоящих уровней.

Формирование городского бюджета происходит на основе функционирующего налогового законодательства

Таблица 2

Уточненные итоговые бюджетные показатели г. Сочи на 2011–2013 года и плановый период 2014–2015 гг., тыс. руб.

Наименование показателя	2011 г.	2012 г.	2013 г.		2014	2015 г.
	Факт [5]	Факт [6]	План [7]	Уточнено [8]	План	План
Общий объем доходов	14669918,9	21160835,4	17847189,1	17492576,4	9115502,1	8874965,4
Общий объем расходов	13934344,8	19269441,8	17267189,1	22700812,7	8451402,1	8319965,4
Сальдо бюджета (профицит +, дефицит-)	+735574,1	+1891393,6	-580000,0	-5208236,3	+664100	+555000

РФ, на основании данных проекта бюджета, предварительно одобренного Городским собранием Сочи.

Видно, что более половины доходов в бюджет города создавалось за счет налоговых поступлений. При этом таблица позволяет понять, что происходит сокращение доли налоговых доходов, которое было выражено не только в относительных показателях, но и в абсолютном значении.

Если принять во внимание последствия мирового финансового кризиса 2008 г., а также тот факт, что градообразующим «предприятием» муниципального образования является туристско-рекреационный комплекс, спрос на продукцию которого в данный период был значительно снижен, то напрашивается вывод о том, что структура налоговых доходов города имеет малую степень диверсификации и во многом зависит от результатов деятельности отрасли специализации.

А это и является основным фактором, способствующим существенной вариации показателей доходов муниципального бюджета.

По итогам 2012 года было принято решение утвердить отчет об исполнении бюджета Сочи по доходам в сумме 21160835,4 тыс. рублей, по расходам в сумме 19269441,8 тыс. рублей с превышением доходов над расходами (профицит бюджета города Сочи) в сумме 1891393,6 тыс. рублей (таблица 2).

Отчет об исполнении бюджета был принят Министерством финансов России без замечаний. Бюджет города, как обычно, сохранил свою социальную направленность, а основные источники поступления в бюджет города помимо краевого и федерального финансирования, — это, так называемые, земельные платежи и НДФЛ.

Бюджет Сочи явно социально ориентирован. Расходы на социальную политику, образование, здравоохранение, спорт и культурную составляющую бюджета составляют более 50 % в разные периоды, иногда даже за 60 % всех расходов бюджета, включая финансирования социальной сферы и по переданным полномочиям.

Наблюдается активизация социальной политики, как федеральных властей, так и местных, что следует из объемов средств, перечисленных на развитие социальных отраслей, реконструкцию и модернизацию школ, больниц, прочих социальных объектов, поддержания их в надлежащем состоянии, оснащением оборудованием, тран-

спортными средствами, мебелью, компьютерами и прочими достижениями науки и прогресса.

Если условно структурировать расходы бюджета Сочи, то их формальная классификация выглядит так:

- социальная, культурная сфера и содержание отраслей ее составляющих;
- расходы, связанные с функционированием городского хозяйства;
- обеспечение правопорядка и правоохранительная деятельность, предупреждение и ликвидация чрезвычайных ситуаций;
- решение общегосударственных задач.

Рассмотрим расходы бюджета муниципального образования Сочи за период 2009–2015 гг. (рисунок 1).

Расходы субрегиона туристско-рекреационной специализации — Сочи за период исследования имеют тенденцию к повышению. Данное доминирование, естественно, связано с ориентацией субрегиона Сочи на проведение Олимпиады-2014 и созданием курорта мирового уровня, «инфраструктуры курортного города, напрямую влияющие на общее восприятие отдыха туристами».

Бюджет города Сочи выполняет существенную социально-экономическую задачу, обеспечивая финансирование сети дошкольных учреждений, школ, медицинских и социальных институтов и т. д.

Общий объем расходов бюджета города Сочи на 2013 год был запланирован с ростом к предыдущему году, что объясняется значительным удельным весом в общем объеме расходов бюджетных инвестиций. Расходная часть бюджета города за счет налоговых и неналоговых поступлений и дотации из краевого бюджета сохранена на уровне утвержденных бюджетных назначений. В его расходной части учтены расходы на обеспечение исполнения расходных обязательств в сфере установленной деятельности органов местного самоуправления, бюджетных и муниципальных учреждений города Сочи. Размер оплаты труда и начислений на оплату труда работников бюджетных учреждений города и органов местного самоуправления запланирован на уровне текущего финансового года.

При сохранении социальной направленности бюджета муниципального образования Сочи требуются определенные мероприятия по стабилизации потока доходов, оптимизации объема и обоснованности расходов, придание большей самостоятельности бюджетным учреждениям,

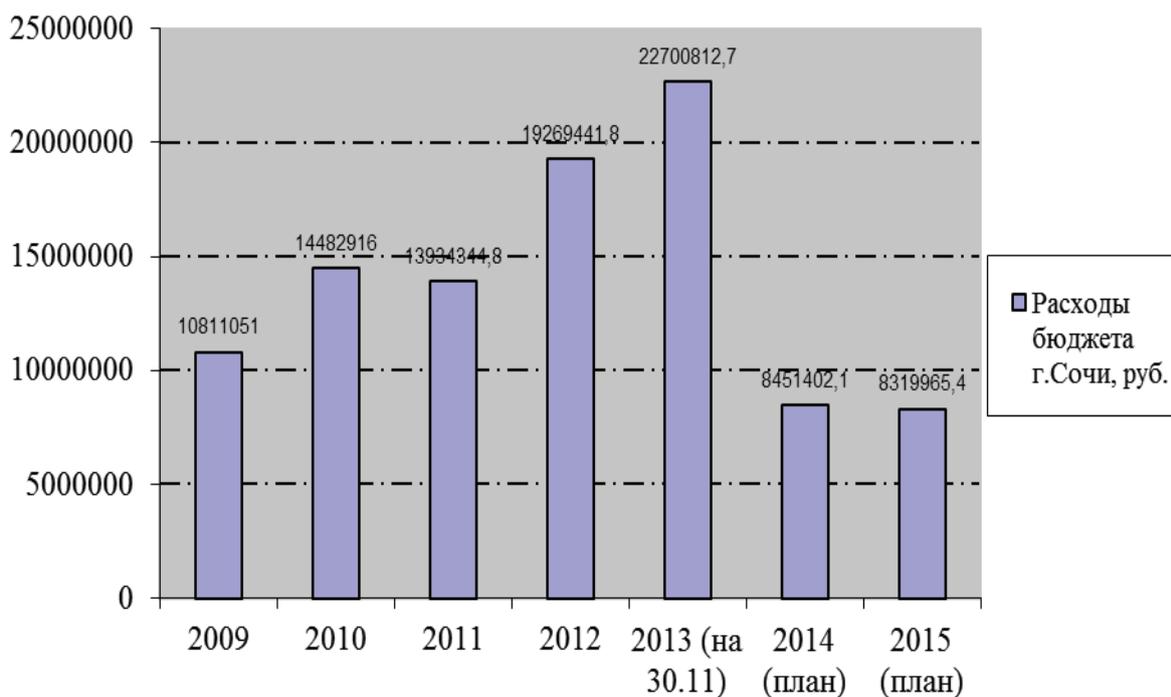


Рис. 1. Динамика расходов бюджета муниципального образования Сочи за 2009–2015 гг., тыс. руб. [5,6,7,8,9 с. 172]

введения в современную практику методов оценки эффективности бюджетных расходов с позиции конечных целей социально-экономической политики, соответственно, постоянное соизмерение с данными целями полученных результатов.

В данном направлении полезным было бы создание реальных, объективных критериев, показателей, специальных статистических обследований, которые оценивали бы эффективность бюджетных расходов.

Литература:

1. Кюрджиев С. П., Паршукова Ю. О., Гринева Ю. А. Проблемы и перспективы развития процессов взаимодействия и взаимосвязи потоков федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ и местных бюджетов // TERRA ECONOMICUS. — 2010. — Т.8. — № 4. — Ч.2.
2. Сайт Счетной Палаты РФ Официальный сайт. [Электронный ресурс]: Режим доступа — <http://www.ach.gov.ru/ru/news/archive/24082012/> (дата обращения 15.09.2012).
3. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ. [Электронный ресурс]: Режим доступа — <http://www.consultant.ru/popular/selfgovernment/> (дата обращения 03.05.2010).
4. Мишулина С. И. «Зеленые» стандарты в системе управления рациональным природопользованием. // Социально-экономические и технологические проблемы устойчивого развития юга России: сб. науч. тр. — Краснодар: Экоинвест, 2009. — 380 с.
5. Решение Городского Собрания Сочи от 24 мая 2012 года № 63 «Об исполнении бюджета города Сочи за 2011 год».
6. Решение Городского Собрания Сочи от 12 декабря 2011 года № 209 «О бюджете города Сочи на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов».
7. Решение Городского Собрания Сочи от 31 октября 2013 года № 135 «О внесении изменений Городского собрания Сочи от 11.12.2012 г. № 187 «О бюджете города Сочи на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов».
8. Решение Городского собрания Сочи от 7 ноября 2013 года № 154 «О внесении изменений в решение Городского Собрания Сочи от 11.12.2012 № 187 «О бюджете города Сочи на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов».
9. Снегирева Е. В. Специфические критерии категории «муниципальное образование туристско-рекреационной специализации» и особенности бюджетов таких субрегионов. // Научная дискуссия: вопросы экономики и управления. № 12 (21): сборник статей по материалам XXI международной заочной научно-практической конференции. — М., Изд. «Международный центр науки и образования», 2013. — 226 с.

Анализ привлечения капитала на рынке ценных бумаг России

Соколов Андрей Валерьевич, финансовый директор ООО «Приоритет», аспирант Пермский государственный национальный исследовательский университет

Российский опыт выхода компаний на публичный рынок, еще очень мал, и начинает свою историю только с 2002 года. Причем с 2002 по 2004 год очень мало российских компаний выразили свое желание использовать фондовый рынок для привлечения капитала. Всего за данный период на публичный рынок вышло лишь восемь компаний, при этом большинство из них провело размещение на зарубежных площадках [1].

Неразвитость российского рынка, его отставание от зарубежных аналогов, и отсутствие необходимого объема финансовых ресурсов, привело к тому, что в последующие годы российские компании по-прежнему предпочитали размещаться на зарубежных площадках. В итоге, Федеральная служба по финансовым рынкам специальным постановлением (приказ ФСФР от 18 апреля 2006 года № 06–42/пз-н «О внесении изменений в Положение о порядке выдачи ФСФР разрешения на размещение и (или) обращение эмиссионных ценных бумаг российских эмитентов за пределами Российской Федерации, утвержденное приказом ФСФР России от 12 января 2006 года № 06–5/пз-н») обязала компании размещать на родине как минимум 30 % от всех акций предназначенных для IPO. [2]

В нашей работе мы проведем анализ публичного размещения ценных бумаг российских компаний с 2007 года по 2013 год включительно.

В рамках нашего анализа мы будем использовать следующие параметры: отраслевую принадлежность компании-эмитента, объем привлеченных средств, а также

вид публичного размещения — первичное (IPO) или вторичное (SPO) размещение.

Итак, в период с 2007 по 2013 год на российском фондовом рынке осуществили публичное размещение ценных бумаг компании-эмитенты, принадлежащие к двенадцати отраслям:

- 1) финансовые услуги;
- 2) энергетика;
- 3) транспорт и логистика;
- 4) торговля и потребительский сектор;
- 5) металлургия и горное дело;
- 6) недвижимость и девелопмент;
- 7) технологии и телекоммуникации;
- 8) фармацевтика и аптеки;
- 9) пищевая промышленность;
- 10) химия и нефтехимия;
- 11) биотехнологии и медико-биологические исследования;
- 12) добыча золота, алмазов и драгоценных камней.

Следует отметить, что отраслевая принадлежность компаний-эмитентов в течении этого периода претерпела изменения. До 2007 экономика России в целом имела сырьевую направленность. А в 2007 году российский фондовый рынок сдвигается от сырьевой направленности в сторону большей диверсификации, но перекос идет в финансовый сектор. Более 50 % публичных размещений было осуществлено компаниями данной отрасли. На втором месте были компании энергетической отрасли — 15 % размещений, и 9 % размещений было



Рис. 1. Отраслевая структура публичных размещений российскими компаниями-эмитентами в 2007 г.

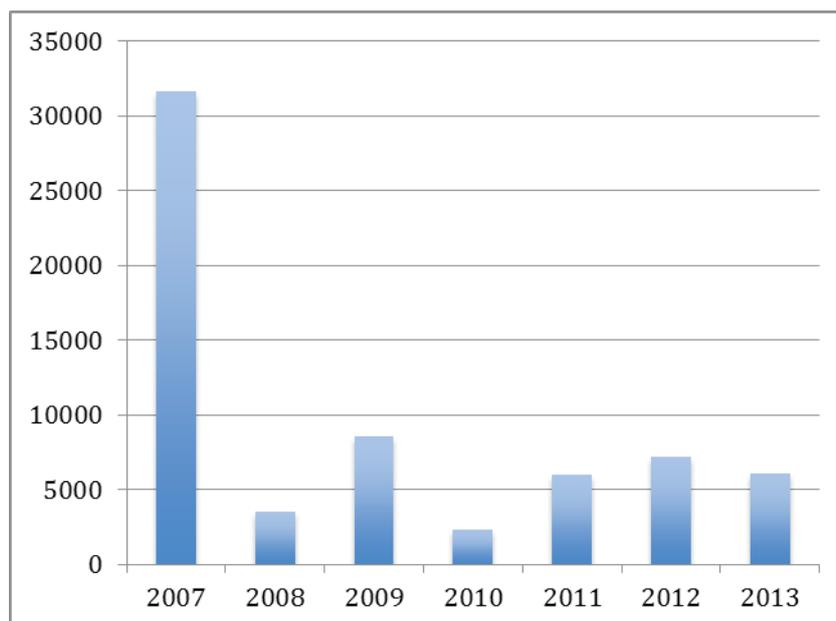


Рис. 2. Объем средств, привлеченных российскими компаниями-эмитентами путем публичного размещения акций в 2007–2013 гг.

осуществлено компаниями, занимающимися недвижимостью и девелопментом (см. рис. 1.).

ИПОВ 2007 году осуществили двадцать две компании, СПО — четыре. Общий объем привлеченных средств составил 30,653 миллиарда долларов (см. рис. 2.).

В 2008 году макроэкономические условия проведения IPO серьезно изменились. Это было вызвано кризисными явлениями в мировой финансовой системе, начавшимися с июля 2007 года (т.н. «ипотечным кризисом» в США), которые в 2008 году переросли в полномасштабный мировой финансово-экономический кризис.

Глобальное сокращение инвестиционного спроса, привело к глубокому падению российских фондовых индексов. Условия для проведения IPO существенно ухудшились. Прежде всего, кардинально изменились те ценовые уровни, на которых было возможно размещение акций. Наиболее ликвидные российские акции потеряли к концу 2008 года 70–75 % стоимости по отношению к максимальному уровню, достигнутому в мае.

Кардинально изменились и иные условия проведения IPO. Среди целей корпоративного развития на первое место вышла цель спасения бизнеса, особенно актуальная в условиях большого объема долгов российских корпораций [3]. Финансово-экономический кризис подорвал действие и других факторов, способствовавших росту рынка IPO в предыдущие годы. Сократился платежный спрос, снизилась рентабельность производства. В результате, объем привлечения денежных средств российскими компаниями на бирже в 2008 году существенно снизился, и составил 3,499 миллиарда долларов (см. рис. 2.).

Привлечение капитала производилось компаниями-эмитентами, представленными семью отраслями. Таким

образом, по сравнению с предыдущим годом, количество отраслей сократилось на треть. Однако в 2008 году доли отраслей распределились практически пропорционально (см. рис. 3.).

Первичное размещение произвели 4 компании, а вторичное — шесть.

В послекризисном 2009 году, в первой половине которого кризис еще продолжается, начинается постепенное восстановление финансового рынка. В итоге, это нашло свое отражение в объемах привлеченных денежных средств российскими компаниями на публичном рынке. Так, в 2009 году компании смогли привлечь 8,541 млрд. долларов (см. рис. 2.).

Финансовый сектор снова привлекает наибольшие объемы средств, с еще большей разницей, чем в 2007 году. Как и в 2008 году, компании были представлены в семи отраслях, в каждой из которых разместилось только по одной компании, кроме финансового сектора, который был представлен тремя компаниями (см. рис. 4.). Из девяти размещаемых в 2009 году компаний, три провели первичное размещение, 4 компании провели СПО, а две второе СПО.

В 2010 году на публичный рынок вышли двенадцать компаний, восемь из них провели IPO и четыре СПО. Компании были представлены в 8 отраслях. Объемы привлечения средств по отраслям, как и в 2008 году распределились равномерно (см. рис. 5). Общий объем привлеченных средств составил всего лишь 2 287 миллиона долларов (см. рис. 2.).

Положительной тенденцией на наш взгляд является только то, что второй год подряд размещения проводят в таких инновационных отраслях, как биотехнологии и медико-биологические исследования.



Рис. 3. Отраслевая структура публичных размещений российскими компаниями-эмитентами в 2008 г.

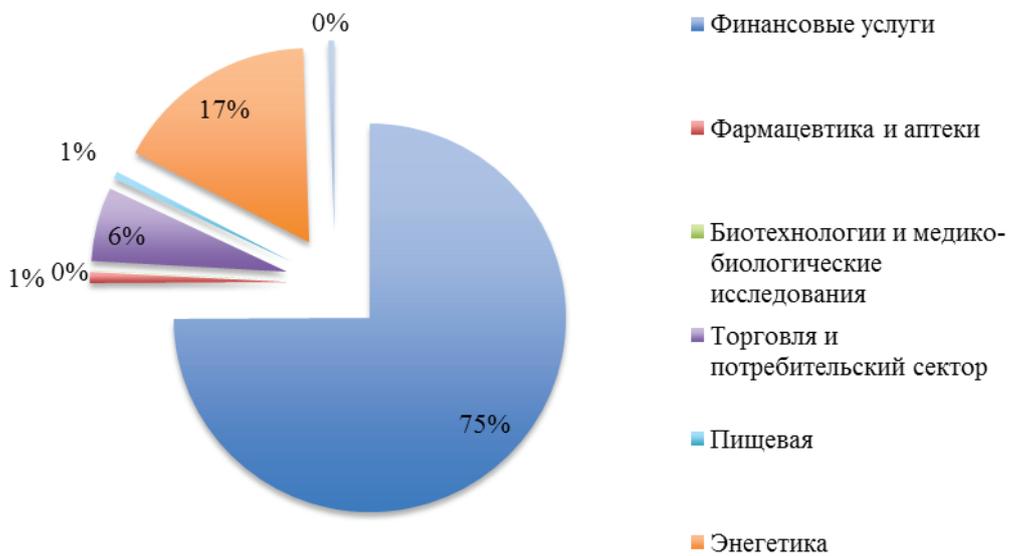


Рис. 4. Отраслевая структура публичных размещений российскими компаниями-эмитентами в 2009 г.

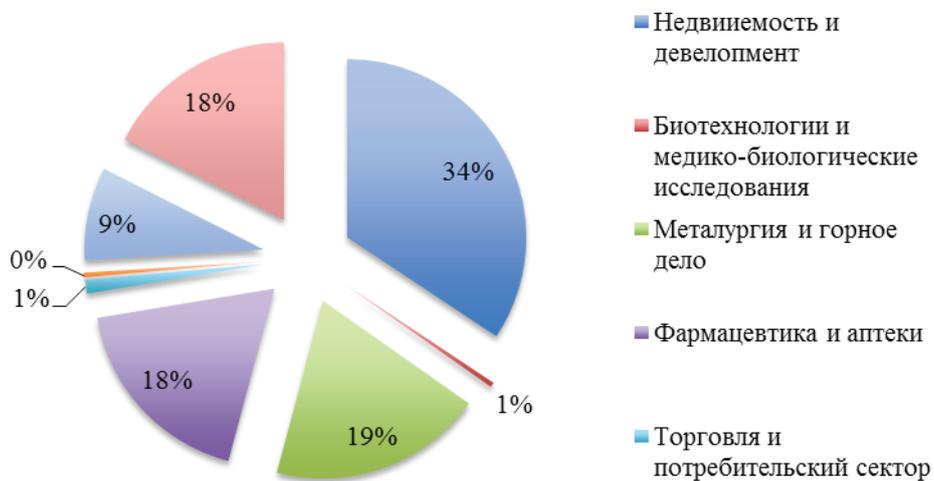


Рис. 5. Отраслевая структура публичных размещений российскими компаниями-эмитентами в 2010 г.

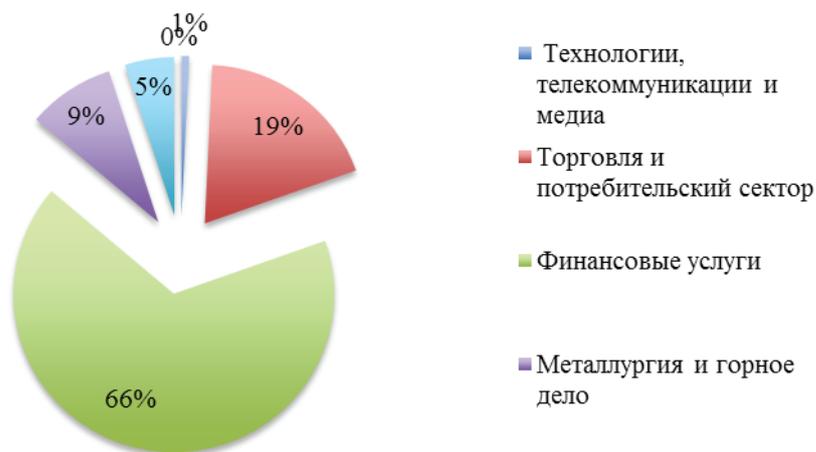


Рис. 6. Отраслевая структура публичных размещений российскими компаниями-эмитентами в 2011 г.

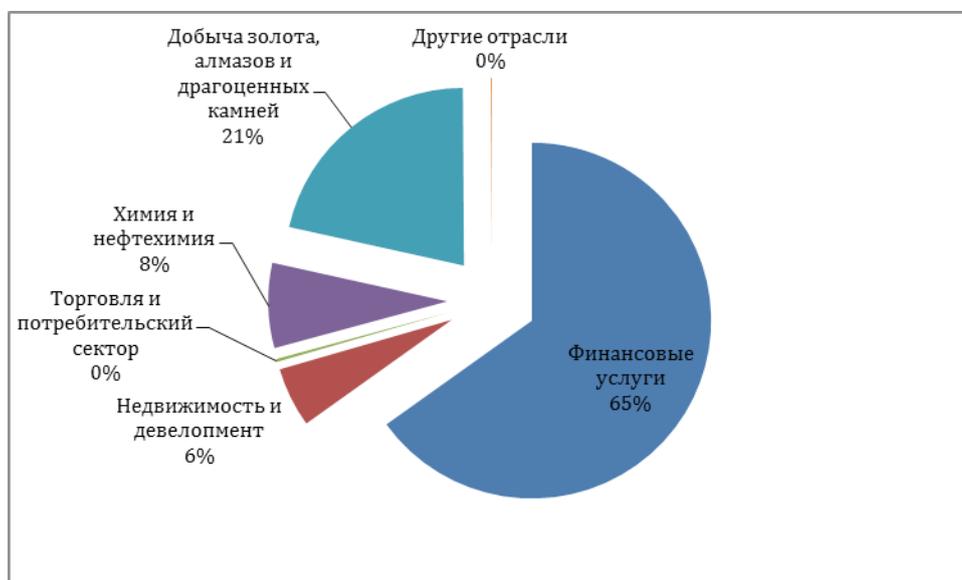


Рис. 7. Отраслевая структура публичных размещений российскими компаниями-эмитентами в 2013 г.

Как мы отметили выше, объем привлеченных денежных средств в 2010 году оказался рекордно низким, а на мировых финансовых рынках, напротив объемы привлечения приблизились почти к докризисным показателям.

Объем привлеченных денежных средств в 2011 году составил 5987 млн. долларов, превысив значения 2010, но показав значение несколько ниже после кризисного 2009 года (см. рис. 2.). Лидером по привлечению средств вновь выступили финансовые услуги с долей в общем объеме размещений 66 % (см. рис. 6.).

IPO и SPO осуществили десять компаний, пять компаний провели первичное размещение и пять вторичное. Также необходимо подчеркнуть, что из пяти компаний проводивших SPO, две проводили второе, а две третьи SPO.

2012 год, по нашему мнению, можно назвать провальным для российского фондового рынка. В публичном

размещении поучаствовали всего лишь четыре компании, из которых две провели SPO и две IPO. Объемы привлечения составили 7 217 млн. долларов (см. рис. 2.), что больше показателей 2011 года, но 66 % составил финансовый сектор.

В 2013 году размещение акций происходит следующим образом

2013 год дал показатели размещения ещё ниже, чем 2012. К стандартным отраслям добавляются ещё добыча золота, алмазов и драгоценных камней, но лидируют как всегда финансовые услуги. Общая цифра составляет 6,089 млрд. долларов. Пять компаний осуществили IPO, две SPO и одна вторичное SPO.

Итак, в результате анализа публичных размещений российских компаний-эмитентов в 2007–2013 гг. мы сделали неутешительные выводы. На фоне зарубежных фондовых рынков, которые еще в 2010 году достигли почти докризисных показателей, российский рынок IPO испы-

тывает глубокую рецессию. Если не считать финансовый сектор, российский фондовый рынок можно считать умирающим.

Самая главная причина сложившейся удручающей ситуации, пожалуй, в очень жестких требованиях для осуществления IPO. Мы думаем, что это основная причина, которая не дает развиваться фондовому рынку. Можно сделать вывод, что российский фондовый рынок только для крупных игроков, каковых в России не так уж много, они еще раньше и в те годы, которые мы анализировали,

провели IPO, и игроков которые могли бы провести публичное размещение почти не осталось. Компании, которые нуждаются в привлечении капитала, относятся к малому и среднему бизнесу, а им привлечение капитала на фондовом рынке не является возможным. Если в ближайшее время не изменится законодательство в сторону лояльности, и более низких порогов для проведения IPO, российский фондовый рынок так и останется в зачаточном состоянии и, соответственно, не сможет полноценно развиваться.

Литература:

1. <http://www.preqveca.ru/>
2. Приказ ФСФР РФ от 18.04.2006 N 06–42/пз-н «О внесении изменений в Положение о порядке выдачи Федеральной службой по финансовым рынкам разрешения на размещение и (или) обращение эмиссионных ценных бумаг российских эмитентов за пределами Российской Федерации, утвержденное Приказом ФСФР России от 12.01.2006 N 06–5/пз-н» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 05.05.2006 N 7784)
3. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60073/
4. © КонсультантПлюс, 1992–2014
5. Балашов В. Г., Ириков В. А., Иванова С. И., Марголит Г. Р. IPO и стоимость российских компаний: мода и реалии. — М.: Издательство «Дело» АНХ, 2008. — 336 с.
6. Базовый курс по рынку ценных бумаг. Под редакцией Кокорева Р. А. (Издание 2-е, репринтное). — М., 2010. — 352 с., ил.
7. Гедес Росс IPO и последующее размещение акций / [Пер. с англ. Ю. Кострубова]. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008—352 с.: ил.
8. IPO от Идо О: Пособие для финансовых директоров и инвестиционных аналитиков / Андрей Лукашов, Андрей Могин. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — 361 с.

10. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

Основы анализа и управления предпринимательскими рисками

Бердников Андрей Александрович, магистрант
Тольяттинский государственный университет

В современных условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта сопряжена с предпринимательскими рисками. Это связано с нестабильностью и стремительно меняющимися событиями внешней среды. В свою очередь, такая ситуация несет неопределенность и неуверенность в достижении планируемых результатов. В этой связи возникает необходимость регулярного анализа рисков, своевременного их прогнозирования и управления. Несмотря на то, что в экономической литературе представлено множество методов анализа рисков, однако при этом недостаточно раскрыты вопросы их применения, учитывающие специфику деятельности организаций.

Прежде, чем перейти к исследованию методов анализа и управления рисками необходимо рассмотреть содержание термина «риск».

Так, А. И. Ильин отмечает, что под хозяйственным риском следует понимать угрозу, опасность возникновения ущерба в любых видах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических программ [7, с. 192].

Л. Н. Коршунова, Н. А. Проданова под риском понимают все внутренние и внешние предпосылки, которые могут негативно повлиять на достижение стратегических целей в течение точно определенного отрезка времени наблюдения, например, периода оперативного планирования [4, с. 6]. Авторы выделяют чистые риски, характеризующие вероятность получения только убытка, и спекулятивные риски, предусматривающие получение положительного, либо отрицательного результата [4].

По мнению Н. В. Игошина риск — это ненадежность, свойственная процессу извлечения прибыли от инвестиций, а следовательно, и вероятность потери средств, вложенных потенциальным инвестором [2, с. 118].

Э. А. Маркарьян, Г. П. Герасименко, С. Э. Маркарьян в общем случае под риском понимают возможность наступления некоторого неблагоприятного события, влекущего за собой возникновение различного рода потерь (например, получение физической травмы, потеря имущества, ущерб от стихийного бедствия и т. п.) [5, с. 492].

Е. В. Иода, Ю. В. Иода, Л. Л. Мешкова, Е. Н. Болотина [3] термин «риск» связывают с понятием «ущерб».

При этом риск осуществляется через ущерб, который возможно измерить. Возникновение ущерба может выражаться в различных видах потерь, оценка и прогнозирование которых занимает ведущее место при анализе риска.

Риски могут возникать из-за влияния внешних и внутренних факторов.

К внешним факторам относятся такие как: экономическая ситуация; климатические условия, изменения в законодательстве, отраслевая специфика; инфляционные процессы, потребительский спрос; платежеспособность населения и т. д.

Так существенное значение имеет изменение платежеспособности населения, от которого во многом зависит потребительский спрос. Влияние инфляции на деятельность организации провоцирует возникновение риска в ценообразовании на различные виды ресурсов и может явиться причиной риска роста себестоимости продукции. В свою очередь, недостаток ресурсов влечет риск повышения стоимости на них. Появление технологических инноваций может нести как большие возможности для предприятия, так и риски потерь, в том случае, если организация своевременно не использует данные возможности, а ими воспользуются предприятия-конкуренты. Организация очень часто может быть подвержена риску невыполнения партнерами своих договорных обязательств. В следствии, чего она может понести значительные потери, связанные с поиском новых поставщиков.

Внутренние факторы непосредственно связаны с деятельностью предприятия. К ним относятся: организация производства; технология производства; система маркетинга; объемы производства и продаж; себестоимость продукции; величина собственного и заемного капиталов; конкурентоспособность организации; инвестиционная привлекательность, финансовая устойчивость, ликвидность предприятия и т. д.

Анализ рисков является одним из основных элементов управления организацией. Под оценкой риска можно считать регулярный процесс определения величины влияния факторов и рисков на деятельность организации. Недооценка предпринимательских рисков при разработке стратегии ведет к отрицательным последствиям в деятельности компании и снижению финансовых результатов и ее устойчивости.

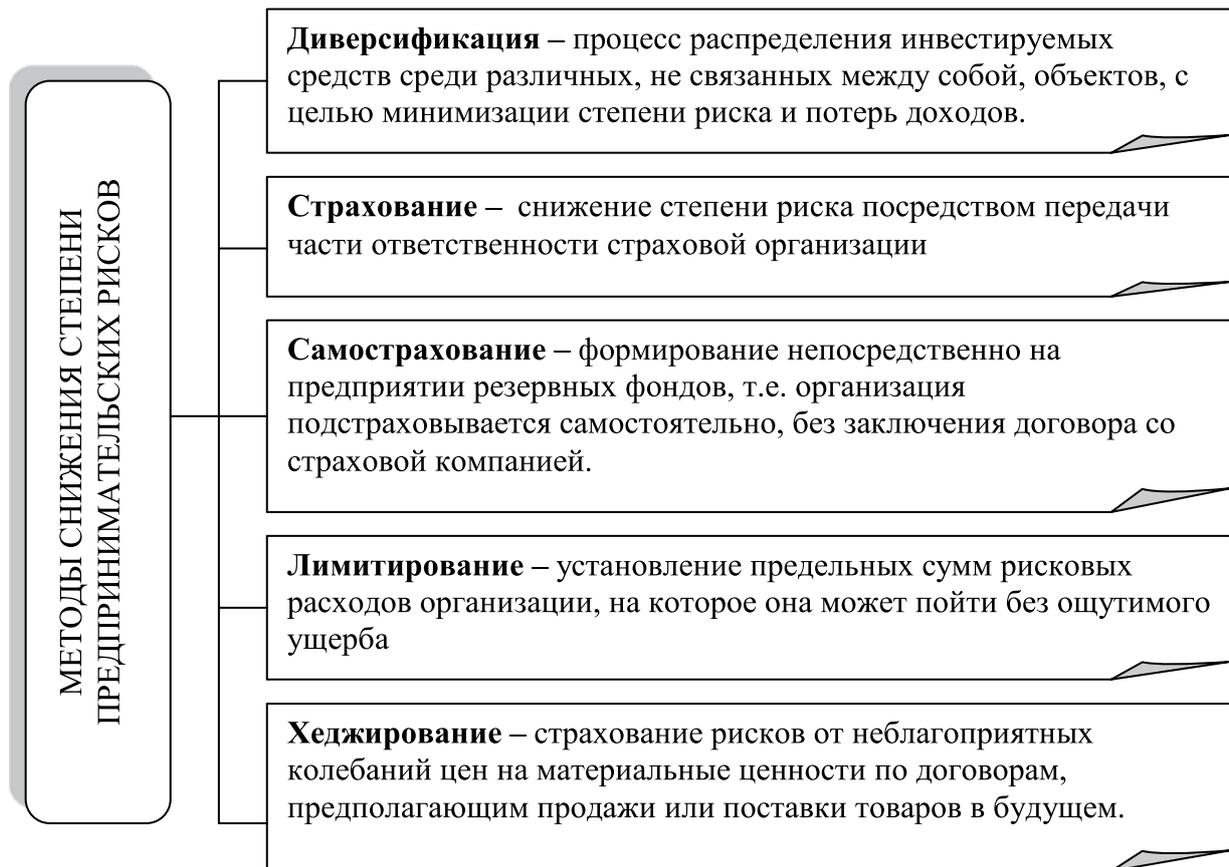


Рис. 1. Наиболее распространенные методы снижения степени рисков

Выбор метода оценки риска во многом зависит от вида риска.

В практике используют количественный и качественный анализ. Количественный анализ риска предусматривает расчет числовых значений величин отдельных видов риска и способствует выявлению возможного ущерба в случае реализации риска, формируя стоимостную оценку его влияния. Качественный анализ направлен на определение причин риска, то есть позволяет выявить потенциальные сферы риска.

Среди прикладных методов оценки риска выделяют статистический, сущность которого состоит в исследовании статистики потерь, имевших место в аналогичных видах финансово-хозяйственной деятельности и определении частоты появления определенных уровней потерь.

Для определения финансовых рисков используют финансовый анализ, способствующий оценке финансового состояния организации, результатов ее деятельности; прогнозу развития в будущем, определению рациональности использования финансовых ресурсов, выявлению инвестиционной привлекательности и т. д.

Расчетно-аналитические методы оценки позволяют количественно оценить вероятность появления предпринимательских рисков.

Аналоговые методы оценки направлены на выявление степени вероятности появления рисков по отдельным

часто повторяющимся операциям хозяйствующего субъекта. В этом случае для проведения сравнения можно ориентироваться на собственный и внешний опыт проведения подобных финансовых операций.

В ситуации неопределенности или недостатка достоверной информации особую роль играют эвристические методы оценки, основанные на абстрактно-логическом мышлении аналитиков, их субъективных мнениях и личном опыте. В практике часто возникают ситуации неподдающиеся решению математическими методами. В этом случае для принятия экономически обоснованного управленческого решения также используют эвристические методы. Важным условием получения высоких результатов анализа в процессе применения эвристических методов является грамотный подбор аналитиков. В зависимости от целей и задач анализа группа экспертов может состоять из специалистов разных областей, а также просто заинтересованных лиц.

Наиболее распространенными среди эвристических методов являются метод «мозгового штурма», метод Дельфи, метод ПАТТЕРН, метод «паутина» и т. д.

Метод мозгового штурма представляет собой генерирование идей в процессе творческого спора. Наиболее эффективным считается мозговой штурм, который длится в пределах часа. Экспертами при этом могут выступать работники предприятия, знающие сложившуюся

ситуацию и заинтересованные в разрешении проблемы, а также различные эксперты и специалисты, способные рекомендовать конструктивные предложения.

Метод Дельфи состоит в анонимном опросе специалистов по заранее подготовленным вопросам, с последующей статистической обработкой сведений. Данный метод предусматривает многошаговый опрос экспертов. При этом на вопросы, получающие однозначную оценку аналитиков, ответ принимается сразу, а вопросы, имеющие противоречивые среди экспертов ответы подлежат дополнительной обработке и используются для повторного опроса.

Интервьюирование предполагает устный диалог между интервьюером и респондентом по исследуемому предмету.

Метод «паутина» применяется в случаях, когда целесообразно оценивать объект анализа по различным количественным и качественным критериям. Достоинство данного метода состоит в визуализации итогов анализа.

Метод комиссий и конференций представляет форму групповой работы, в ходе которой возможно свободное выдвижение идей и осуществление их критики.

Безусловно, данные методы постоянно совершенствуются и дополняются новыми видами.

Литература:

1. Бердникова Л. Ф. Исследование экономического содержания предпринимательских рисков / Л. Ф. Бердникова // Государство и регионы. 2012. № 1. С. 17–22.
2. Игошин Н. В. Инвестиции. Организация управления и финансирование: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 542 с.
3. Иода Е. В., Иода Ю. В., Мешкова Л. Л., Болотина Е. Н. Управление предпринимательскими рисками. 2-е изд., испр. и перераб. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002. — 212 с.
4. Коршунова Л. Н. Оценка и анализ рисков / Л. Н. Коршунова, Н. А. Проданова. — Ростов н/Д: Феникс, 2007. — 96 с. (Высшее образование).
5. Маркарьян Э. А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Э. А. Маркарьян, Г. П. Герасименко, С. Э. Маркарьян. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2010. — 536 с.
6. Методология и инструментарий управленческого учета, анализа и аудита инвестиционной деятельности коммерческих организаций: монография / под общ. Ред. А. И. Кривцова. — Самара: Самарский институт (филиал) РГТЭУ, 2012. — 400 с.
7. Планирование на предприятии: Учебник / А. И. Ильин. — Мн.: Новое знание, 2004. — 5-е изд., стереотип. — 635 с.

Информационные технологии и информационное обеспечение судебно-бухгалтерской экспертизы

Ваниева Алана Асланбековна, кандидат экономических наук, доцент;

Грудаева Юлия Владимировна, студент

Северо-Осетинский государственный университет имени К. Л. Хетагурова (г. Владикавказ)

Борьба с экономическими правонарушениями сегодня приобрела характер чрезвычайно актуальной проблемы, нуждающейся в специальном квалифицированном исследовании. Преступления в сфере экономической деятельности являются одной из серьезнейших угроз

В процессе решения аналитических задач для получения достоверного результата следует сочетать расчетные и эвристические методы.

Для оценки степени риска используют метод средних величин, для которого характерно подразделение отдельных рисков на подгруппы.

Следует отметить, что в настоящее время недостаточно методик, способствующих комплексно оценить риски, и это является одной из основных проблем в управления предприятием. Очевидна потребность адаптивности методик оценки риска к различным сферам деятельности, учитывающих специфику их работы.

Залогом успешного развития организации является грамотное управление рисками. Практика насчитывает множество способов, позволяющих минимизировать риски и управлять ими. Наиболее распространенные методы снижения степени рисков приведены на рис. 1.

Таким образом, в настоящее время, характеризующееся стремительным развитием внешней среды, благополучного развития организация может достичь путем своевременного выявления, анализа и грамотного управления предпринимательскими рисками.

государству, ведущей к дестабилизации всей экономики. В современных условиях развития свободного рынка требуется разработка принципиально нового, научно обоснованного подхода к раскрытию правонарушений данного вида.

Приоритетным направлением правоохранительной деятельности по предупреждению, профилактике и раскрытию экономических преступлений выступает судебно-бухгалтерская экспертиза. В подавляющем большинстве дел о должностных, хозяйственных преступлениях, а также о крупных хищениях, прибегают к техническим возможностям данной правоохранительной отрасли.

Судебная-бухгалтерская экспертиза (СБЭ) — это сложное финансово-экономическое исследование спорных ситуаций в хозяйственной деятельности компании по данным бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Целями и задачами судебной бухгалтерской экспертизы является исследование действительного финансового положения компании, установление ошибок или намеренного подлога документации при ведении бухучета, установление правильности и законности проведения финансовых операций, а также прочие превентивные функции, устраняющие самые различные правонарушения в финансово-хозяйственной деятельности компании.

Предметом исследования в рамках судебной бухгалтерской экспертизы являются только те хозяйственные операции и достоверность их отражения в отчетности, которые стали объектом проверки органов ОБЭП (УБЭП) соответствующего УВД, аудитора, налоговой инспекции.

Предметом судебно-бухгалтерской экспертизы могут быть:

- материалы уголовных дел по факту совершения мошенничества финансово-ответственными лицами предприятия;
- материалы уголовных дел по факту совершения кражи финансово-ответственными лицами предприятия;
- материалы уголовных дел по факту совершения таможенных преступлений, в т. ч. по факту уклонения от уплаты таможенных сборов;
- материалы проверок, проводимых аудиторскими, контрольно-надзорными и иными органами;
- материалы арбитражных дел по финансово-экономическим и налоговым спорам.

Объектом СБЭ могут быть любые документальные и вещественные доказательства (оборудование, материалы, первичные документы, материалы учета, учетные регистры, отчетность), а также материалы расследования или судебного разбирательства (показания, протоколы).

Судебно-бухгалтерская экспертиза решает следующие вопросы:

- определение правильности оформления бухгалтерских операций предприятия;
- определение наличия или отсутствия материальных ценностей и денежных средств;
- установление обоснованности оприходования или списания материальных ценностей и денежных средств;
- определение обстоятельств, имеющих отношение к недостаткам и излишкам;
- определение доброкачественности проведенной ревизии;

— определение объема причиненного материального ущерба в результате кражи или мошенничества;

— определение состояния бухгалтерского учета на предприятии.

Судебно-бухгалтерская экспертиза предельно тесно связана с прочими видами экономических экспертиз, в частности с налоговой экспертизой, кредитной экспертизой, финансово-экономической экспертизой (включая все подвиды), поэтому некоторые задачи, приводят к необходимости назначения не просто бухгалтерской, а комплексной экспертизы.

Информационное обеспечение СБЭ классифицируется с учетом двух уровней.

1. Законы представлены:

- Конституцией РФ, составляющей исходную правовую базу;
- федеральными конституционными законами РФ;
- Уголовным кодексом РФ — определена процедура назначения и производства экспертизы по уголовным делам, а также дан перечень прав и обязанностей эксперта-бухгалтера;
- материалами Гражданского кодекса РФ — регулирует порядок проведения экспертизы по гражданским делам;
- материалами Налогового кодекса РФ;
- материалами федерального закона «О государственной судебно-экспертной деятельности в РФ» — определена правовая основа, дан перечень принципов организации и основных направлений;
- федеральным законом «О бухгалтерском учете» — устанавливает единые правовые и методологические основы по организации и ведению бухгалтерского учета;
- федеральным законом «Об аудиторской деятельности»
- другими законодательными актами РФ.

2. Подзаконные акты: актами судебной власти, постановлениями, ПБУ, БФО, учетной политикой и т. п.

Ориентировочные материалы, которые следователь должен направить для производства экспертизы (материалы фактографической информации) представляются:

- учетными бухгалтерскими документами;
- учетными регистрами, отражающими хозяйственные операции (книгами, журналами-ордерами, оборотными ведомостями, карточками учета и т. п.);
- компьютерной информацией;
- документами бухгалтерской отчетности (отчетами кассиров, авансовыми отчетами, товарными отчетами ответственных лиц с материальной стороны);
- формами финансовой отчетности предприятия;
- материалами инвентаризаций (инвентарными описями, сверочными сведениями, протоколами решений инвентаризационных комиссий, объяснениями ответственных лиц по материальной линии);
- актами проведенных ревизий;
- другими официальными документами (приказами о приеме на работу и увольнении, трудовыми договорами

и контрактами, договорами о материальной ответственности, перепиской с банками, различными справками и т. п.);

— протоколами допросов обвиняемых и свидетелей, протоколами очных ставок, осмотров и изъятия документов;

— неофициальными документами, имеющими значение для экспертизы;

— заключениями экспертов других сфер знаний (товароведческая, строительная, технологическая и др.);

— другими документами, регламентирующими деятельность субъекта.

Как правило, правонарушения экономического характера совершаются посредством различных финансово-хозяйственных махинаций, при исследовании которых требуется вмешательство универсальных специалистов. Государственные экспертные организации не справляются с возрастающей нагрузкой. Разрешить данную проблему возможно двумя способами:

— увеличением количественного показателя (рост количества экспертов-бухгалтеров, например, за счет негосударственных экспертных учреждений);

— улучшения качественного показателя (повышение производительности труда экспертов, например, за счёт внедрения информационных технологий).

Рост количества негосударственных экспертных учреждений, использующих не сертифицированные методики исследования, и экспертов, не проходящих аттестацию, приводит к возникновению ряда проблем, среди которых можно выделить низкое качество проводимых в них судебно-бухгалтерских экспертиз и низкий уровень подготовки экспертов-бухгалтеров, работающих в данных организациях. Повысить эффективность расследования преступлений в экономической сфере можно путём расширения процесса использования информационных технологий в судебно-бухгалтерской экспертизе.

В последние годы судебные и следственные органы все больше назначают судебно-бухгалтерские экспертизы, на разрешение которых ставятся вопросы, требующие проведения исследования расчета долевого участия учредителей (акционеров) в имуществе и распределяемой прибыли хозяйствующего субъекта. При этом большая (подавляющая) часть поставленных на разрешение государственных судебных экспертов вопросов требует от экспертов-бухгалтеров высокопрофессиональных знаний в такой области, как оценка стоимости объектов и прав собственности.

При расследовании экономических преступлений основным источником информации о событии преступления, его способе, исполнителе, других обстоятельствах, свидетельствующих о преступной деятельности или создании условий для такой деятельности, становятся документы, которыми оформляются факты экономической деятельности хозяйствующего субъекта.

Каждая хозяйственная операция отражается в учетных документах и на электронных носителях информации,

на основании которых делаются записи в учетных регистрах, журналах, счетах. Документы имеют правовое значение, они же устанавливают ответственность исполнителей за произведенные ими финансовые, хозяйственные операции, при помощи документов даются распоряжения о совершении финансово-экономических операций, заключении сделок, договоров; документы отражают выполнение этих распоряжений.

Целесообразно привлечение специалиста в области судебно-бухгалтерских видов экспертиз еще на начальном этапе расследования экономических преступлений, что поможет в некоторой степени решить проблемы с поиском и обнаружением документальных источников информации — документов, необходимых для производства экспертного исследования, а также поможет обнаружить признаки материального и интеллектуального подлогов и установить исполнителей документов.

Получение требуемых документальных источников информации на начальном этапе позволяет значительно сократить сроки производства судебной экспертизы. Кроме того, необходимая информация может быть уничтожена заинтересованными лицами, что обеспечит невозможность дальнейшего продолжения экспертизы.

Таким образом, привлечение специалистов в области судебно-бухгалтерской экспертизы на начальном этапе расследования экономических преступлений позволит не только сократить сроки расследования, но и будет способствовать повышению эффективности расследования таких преступлений.

В настоящее время налицо острый дефицит научно-методических рекомендаций по производству отдельных родов (видов) судебно-бухгалтерских экспертиз. Современная судебно-экспертная практика ставит вопрос о повышении эффективности и расширении возможностей обмена опытом производства отдельных родов (видов) экспертиз между экспертами различных регионов. Учитывая специфику производства СБЭ, важное место среди других проблем производства экспертизы занимает проблема информационно-технического обеспечения, поскольку начальный этап производства указанного класса судебных экспертиз заключается в анализе экспертом нормативно-правовых актов, регулирующих порядок осуществления экономических операций и отражения в учете отдельных хозяйственных операций. Учитывая это, очевидна насущная потребность для эксперта доступа к информационно-справочным системам, содержащим:

— среднеотраслевые показатели финансового состояния и финансовой деятельности российских предприятий, причем как в целом по Российской Федерации, так и в региональном разрезе. Примерами таких систем могут послужить, например, система профессионального анализа рынков и компаний «СПАРК» или система комплексного раскрытия информации «СКРИН» и др.;

— статистическую информацию о сделках купли-продажи и аренды с недвижимым имуществом и аналитическую информацию о рынке недвижимости, причем как

коммерческой недвижимости, так и жилой. К таким системам можно отнести, например, информационную базу Интернет-ресурса «RWAY-Online.ru», содержащую статистические и аналитические данные по рынку коммерческой недвижимости г. Москвы;

— статистическую информацию о сделках купли-продажи и аренды движимым имуществом;

— статистическую информацию о сделках с пакетами акций и долей в уставном капитале хозяйствующих субъектов.

Системы «СПАРК» и «СКРИН» представляют собой мощный инструмент анализа финансовой отчетности хозяйствующих субъектов, так как включают в себя данные, предоставляемые Федеральной службой государственной статистики, Федеральной налоговой службой, Федеральной службой по финансовым рынкам, и других ведомств. Базовый информационный массив системы по России сформирован на основе данных, полученных из Единого государственного реестра предприятий и организаций (ЕГРПО) Росстата, а также Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ) и Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП) ФНС.

Информационно-справочные системы (например, «RWAY-Online.ru»), содержащие статистическую информацию о сделках купли-продажи и аренды с недвижимым имуществом, позволяют получить доступ к ретроспективной информации о сделках с указанным имуществом, что особенно важно при экономической оценке стоимости таких объектов учета хозяйствующего субъекта, как основные средства, незавершенное строительство, долевые вложения в материальные ценности.

Доступ к информационно-справочным системам окажет огромную помощь при исследовании показателей финансового состояния и финансово-экономической деятельности хозяйствующего субъекта, при оценке рисков вложений в долевые ценные бумаги хозяйствующих субъектов, при исследовании расчета долевого участия учредителей (акционеров) в имуществе и распределяемой прибыли хозяйствующего субъекта, при экономической оценке стоимости финансовых вложений и долевых ценных бумаг хозяйствующих субъектов и т. д., что позволит в итоге экспертам существенно сократить продолжительность производства СБЭ и повысить эффективность раскрытия и расследования экономических преступлений.

Следует отметить, что в настоящее время у экспертов имеется доступ только к информационно-правовым системам. Доступ к иным информационно-справочным системам, содержащим среднеотраслевые показатели финансового состояния и финансовой деятельности российских предприятий и т. д., отсутствует.

Объяснением такой ситуации служит отсутствие достаточного объема финансирования деятельности судебно-экспертных учреждений на указанные цели, так как доступ к указанным выше информационно-справочным

системам и базам данных осуществляется исключительно на коммерческой основе.

Практически на всех предприятиях используется компьютеризированный учет проводимых расчетных и финансовых операций, поэтому эксперту-бухгалтеру важно умело использовать информационные технологии для производства экспертизы.

На предприятиях широко применяются компьютерные программы бухгалтерского учета типа «1 С-бухгалтерия», «БЭСТ-2», «БЭСТ-3», «Парус» «Инфин-Бухг» и ряд других. Разработанные в настоящее время информационные технологии криминалистической диагностики преступлений на основе бухгалтерской информации направлены на выявление признаков определенных противоправных деяний. В то же время современные экономические преступления характеризуются многоэпизодностью и протяженностью во времени, поэтому проверка определенного параметра не позволяет выявить признаки преступлений и предоставить в суд надлежащие доказательства.

Технологически хорошо организованная экспертная деятельность должна отличаться тем, что отдельные ее этапы следуют один за другим в надлежащей последовательности, не делается ничего, что не служило бы ясно очерченной цели этой работы и вместе с тем делается все необходимое, так что каждый этап служит целому.

В настоящее время единая информационная база для судебных экспертов отсутствует, отсутствует широкая межведомственная координация научно-исследовательских и методических работ в данной сфере, а также проведение разными ведомствами разрозненной научно-технической политики в области экспертных технологий. Это приводит к ряду отрицательных последствий, которые можно увидеть на макроуровне: распыление финансовых, кадровых и материально-технических ресурсов; дублирование научных исследований; снижение эффективности результатов исследовательской и методической работы.

Такого рода система должна быть ориентирована на потребителей экспертных технологий: судей, адвокатов, прокуроров, других участников процесса; должна удовлетворять следующим требованиям:

1. Соответствие информационных ресурсов системы потребностям пользователей.
2. Наличие постоянного доступа к системе всех заинтересованных пользователей
3. Обратная связь с экспертами
4. Удобство технологии пользователя

Требование первое подразумевает наличие в системе следующей информации: законодательные и ведомственные нормативно-технические акты; практика судебно-следственных органов по проведению судебной экспертизы; современное состояние и возможности существующих видов судебной экспертизы. Необходима электронная библиотека экспертных технологий, к которой может обратиться пользователь для получения более глубоких профессиональных сведений.

Требование второе основано на необходимости оперативного получения информации, что означает, что данная межведомственная информационно-справочная система должна действовать в режиме удаленного доступа посредством сети Интернет.

Даже максимальный набор справочной информации, приведенный в базе, не заменит консультации со сведущим лицом. В этом отражена суть третьего требования.

Четвертое требование обосновано на возможности использования различных информационных средств, ускоряющих, оптимизирующих и наиболее удобных для работы. Например, использование гипертекста позволяет обеспечить поиск необходимой информации по системе ключевых слов в любой типовой ситуации расследования и доказывания.

Применение информационных технологий, компьютеризация и создание единой базы данных — все это существенно облегчит работу эксперта-бухгалтера.

Как показывает анализ экспертной практики, предложения и рекомендации по внедрению информационных технологий в судебно-бухгалтерскую экспертизу не находят повсеместной реализации.

По данным МВД РФ в настоящее время при рассмотрении экономических преступлений 100 % экспертов-бухгалтеров используют компьютер, но на практике данные учета, содержащиеся в электронном виде, используют в ходе судебно-бухгалтерской экспертизы только 31,6 % экспертов-бухгалтеров и лишь 10 % используют в своей работе автоматизированные методики исследования.

Использование информационных технологий в судебно-бухгалтерской практике позволяет установить и оценить признаки искажений экономической информации, определить и количественно измерить возникшие

в результате этого негативные экономические явления и ситуации, выявить степень их влияния на финансовые результаты деятельности хозяйствующего субъекта.

Таким образом, используя информационные технологии при проведении судебно-бухгалтерских экспертиз, необходимо уделять внимание вопросам правового обеспечения экспертной деятельности. Поскольку технологии являются инструментами совершенствования, внесения тех или иных изменений в функционально-структурные параметры, они неизбежно вторгаются в сферу правового регулирования. Все процессы институционализации, касающиеся организации использования информационных технологий при производстве судебно-бухгалтерских, должны происходить в соответствии с нормами действующего законодательства, а также в рамках определенных правовых процедур. В этой связи результаты организационно-технологической деятельности должны получать свое правовое выражение в установленном порядке, который посредством процедур нормотворческого процесса обеспечивает их большую рациональность и, главное, легитимность.

Признание важности роли информационных технологий и их организационной составляющей в создании эффективных методик производства судебно-бухгалтерских экспертиз приводит к выводу о том, что для закрепления их в механизме экспертной деятельности они должны получить юридическую оценку, четкость и выразительность. Только в этом случае организационные приемы использования информационных технологий для исследования документов и записей бухгалтерского учета становятся обязательными при производстве судебно-бухгалтерских экспертиз, следовательно, элементы экспертной деятельности должны быть не только юридически описаны, но и «привязаны» к конкретным видам экономических объектов.

Литература:

1. Бочкова Л. И., Новак О.Э, Савинов С. В. Судебная бухгалтерия. Общая часть: учеб. пособие. М., 2007.
2. Бандурка А. А., Лукин В. А, Поникаров В. Д., Беляева Л. А.. Судебная бухгалтерия: Учебное пособие. Издание 3, доп. и перераб. Издательство: Харьков: ООО «Изд-во «ТИТУЛ», 2007.
3. Корж В. П. Технология организованной преступной деятельности в сфере экономики: понятие, структура и признаки // Вестник криминалистики / Отв. ред. А. Г. Филиппов. М.: Спарк, 2007. Вып. 2 (22).

Внутренний контроль хозяйственной деятельности: основные положения

Петров Алексей Александрович, юрист, специалист в области налогового, финансового, управленческого консалтинга, практикующий аудитор, бизнес-тренер
Бизнес-школа «LERNER» (г. Москва)

Введение

Как известно, в соответствии со статьей 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.11.2011 г. (далее — Закон 402-ФЗ) экономический субъект обязан организовать и осуществлять вну-

тренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни.

Экономический субъект, бухгалтерская (финансовая) отчетность которого подлежит обязательному аудиту, обязан организовать и осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтер-

ской (финансовой) отчетности (за исключением случаев, когда его руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя).

Данная норма вступила в силу с 1 января 2013 года и касается всех без исключения экономических субъектов, на которых распространяется действие Закона 402-ФЗ. Таким образом, российские компании почти уже год должны разработать, имея систему внутреннего контроля.

Само понятие и сущность внутреннего контроля Законом 402-ФЗ не раскрыта — предполагается, что это входит в сферу ответственности самого экономического субъекта.

Однако полагая, что для множества российских компаний вопрос формирования системы внутреннего контроля может стать серьезной проблемой, Минфин России в «Плане Министерства финансов Российской Федерации на 2012–2015 годы по развитию бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на основе Международных стандартов финансовой отчетности» (утв. Приказом Минфина России от 30.11.2011 N 440) предусмотрел к 2014 году разработку Информации для хозяйствующих субъектов по организации и осуществлению ими внутреннего контроля бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности

Письмом Минфина России от 25.12.2013 N 07–04–15/57289 государство направило всем заинтересованным лицам документ ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» (далее — Информация).

Как указано в данном Письме, Информация направляется для применения при организации и осуществлении экономическими субъектами (за исключением организаций сектора государственного управления) внутреннего

контроля, предусмотренного статьей 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете», а также аудиторскими организациями.

Информация посвящена внутреннему контролю совершаемых экономическим субъектом фактов хозяйственной жизни, но, по нашему мнению, вполне применим и к иным видам внутреннего контроля.

Рассмотрим основные положения данного документа. Что же такое внутренний контроль?

Внутренний контроль сам по себе не является панацеей от неэффективного хозяйствования, «плохой» отчетности и ошибок в правоприменении бухгалтерского и налогового законодательства. Он лишь способствует достижению экономическим субъектом целей своей деятельности, но не гарантирует их достижение.

Дело в том, что на практике эффективность внутреннего контроля может быть вполне себе успешно ограничена (рис. 2).

Разумный и действенный внутренний контроль компании основывается на следующих базовых блоках (рис. 3).

Элементы внутреннего контроля

Рассмотрим, какие существуют элементы внутреннего контроля (рис. 4).

Контрольная среда

Контрольная среда представляет собой совокупность принципов и стандартов деятельности экономического субъекта, которые определяют общее понимание внутреннего контроля и требования к внутреннему контролю на уровне экономического субъекта в целом.

Оценка рисков

Оценка рисков представляет собой процесс выявления и анализа рисков, то есть сочетания вероятности и последствий недостижения экономическим субъектом

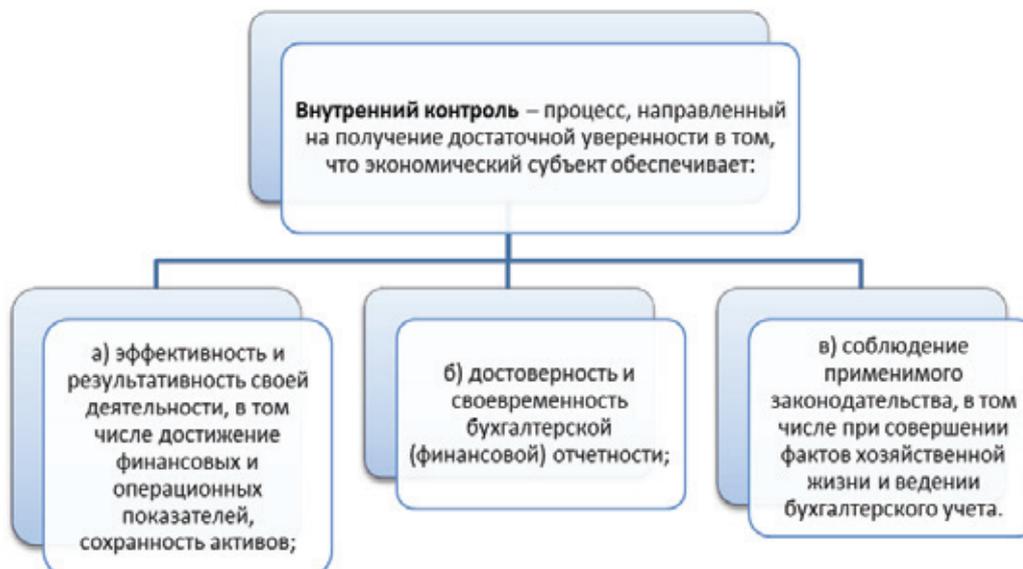


Рис. 1. Определение внутреннего контроля

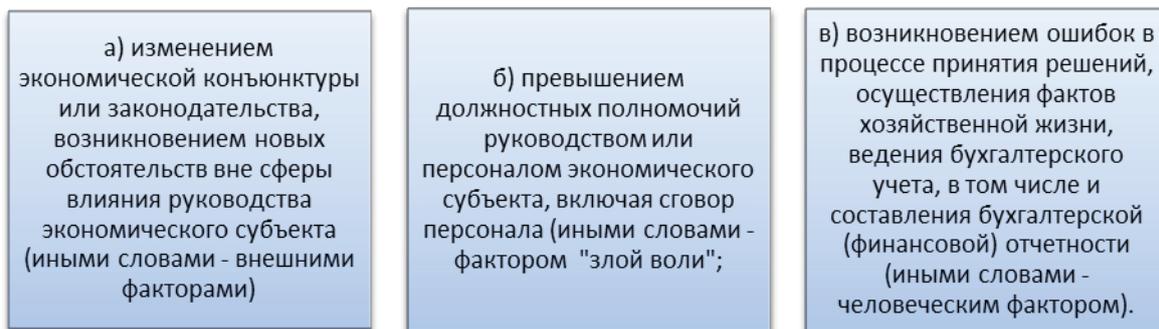


Рис. 2. Ограничения внутреннего контроля



Рис. 3. Базовые блоки внутреннего контроля



Рис. 4. Элементы внутреннего контроля

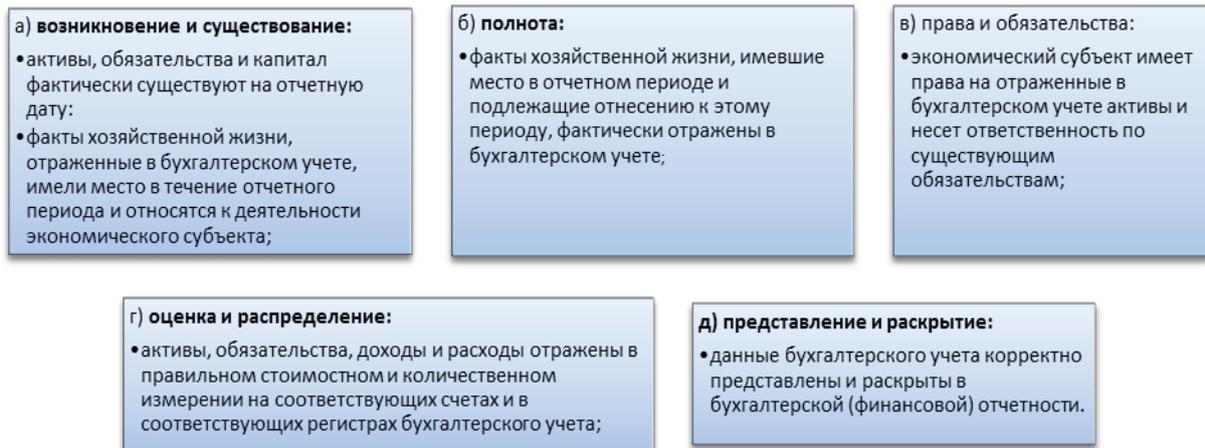


Рис. 5. Допущения при оценке рисков

целей деятельности. При выявлении рисков экономический субъект должен принять соответствующие решения по управлению ими, в том числе путем:

- создания необходимой контрольной среды,
- организации процедур внутреннего контроля,
- информирования персонала и оценки результатов осуществления внутреннего контроля.

Применительно к ведению бухгалтерского учета, в том числе составлению бухгалтерской (финансовой) отчетности, оценка рисков призвана выявлять риски, которые могут повлиять на достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности. В ходе такой оценки экономический субъект рассматривает вероятность искажения отчетных данных исходя из следующих допущений (рис. 5).

Одним из важных направлений оценки рисков является оценка риска возникновения злоупотреблений и мошенничества.

Злоупотребления и мошенничество могут быть связаны с следующими действиями:

- приобретением и использованием активов,
- ведением бухгалтерского учета, в том числе составлением бухгалтерской (финансовой) отчетности,
- совершением действий, являющихся коррупциогенными.

Оценка данного риска предполагает выявление участков (областей, процессов), на которых могут возникнуть злоупотребления и мошенничество, а также возможностей для их совершения, в том числе связанных с недостатками контрольной среды и процедур внутреннего контроля экономического субъекта.

Процедуры внутреннего контроля

Процедуры внутреннего контроля представляют собой действия, направленные на минимизацию рисков, влияющих на достижение целей экономического субъекта.

Экономический субъект может применять следующие процедуры внутреннего контроля (рис. 6).

Процедуры внутреннего контроля можно классифицировать следующим образом (рис. 7).

Для целей противодействия злоупотреблениям и мошенничеству наиболее эффективными процедурами внутреннего контроля являются санкционирование (авторизация) хозяйственных операций, разграничение полномочий и ротация обязанностей, физический контроль.

Информация и коммуникация

Качественная и своевременная информация обеспечивает функционирование внутреннего контроля и возможность достижения им поставленных целей.

При этом основным источником информации для принятия решений являются информационные системы экономического субъекта.

Качество хранимой и обрабатываемой в них информации может существенно влиять на управленческие решения экономического субъекта, эффективность внутреннего контроля.

Коммуникация представляет собой распространение информации, необходимой для принятия управленческих решений и осуществления внутреннего контроля.

Например, персонал экономического субъекта должен быть осведомлен о рисках, относящихся к сфере его ответственности, об отведенной ему роли и задачах по осуществлению внутреннего контроля и информированию руководства о различных фактах.

Оценка внутреннего контроля

Оценка внутреннего контроля осуществляется в отношении всех остальных иных элементов внутреннего контроля с целью определения их эффективности и результативности, а также необходимости изменения их.

Оценка внутреннего контроля экономического субъекта должна осуществляться не реже одного раза в год.

Оценка внутреннего контроля включает в себя (рис. 8).

Эффективный дизайн внутреннего контроля представляет собой такую организацию внутреннего контроля, при которой внутренний контроль достигает своей цели, то есть — обеспечивает выявление или предотвращение существенных искажений данных или отклонений от предписанных процедур.

а) документальное оформление.

- Например, записи в регистрах бухгалтерского учета должны осуществляться на основе первичных учетных документов, в том числе бухгалтерских справок;

б) подтверждение соответствия между объектами (документами) или их соответствия установленным требованиям.

- Например, при принятии первичных учетных документов к бухгалтерскому учету должна производиться проверка их оформления на соответствие требованиям законодательства.
- К данным процедурам внутреннего контроля относятся также процедуры контроля связанных операций, в частности, соотнесение перечисления денежных средств в оплату материальных ценностей с получением и оприходованием этих ценностей;

в) санкционирование (авторизация) хозяйственных операций, которое подтверждает правомочность совершения операции и, как правило, выполняется персоналом более высокого уровня, чем инициатор операции.

- Например, авансовый отчет сотрудника должен быть утвержден руководителем;

г) сверка данных.

- Например, для подтверждения сумм дебиторской и кредиторской задолженности экономического субъекта должна проводиться сверка его расчетов с поставщиками и покупателями; остатки по счетам учета наличных денежных средств должны сверяться с остатками денежных средств по данным кассовой книги;

д) разграничение полномочий и ротация обязанностей.

- С целью уменьшения рисков возникновения ошибок и злоупотреблений полномочия по подготовке первичных учетных документов, санкционированию (авторизации) хозяйственной операции и отражению результатов хозяйственных операций в бухгалтерском учете, как правило, должны возлагаться на разных лиц на ограниченный период;

е) физический контроль, в том числе охрана, ограничение доступа, инвентаризация объектов;**ё) надзор.** Данные процедуры внутреннего контроля предполагают оценку достижения поставленных целей или показателей.

- Например, оценка правильности выполнения хозяйственных и учетных операций, точности составления бюджетов (смет), соблюдения установленных сроков составления бухгалтерской (финансовой) отчетности;

ж) процедуры, связанные с компьютерной обработкой информации и информационными системами, среди которых, как правило, выделяют процедуры общего компьютерного контроля и процедуры контроля уровня приложений.

- Процедуры общего компьютерного контроля включают правила и процедуры, регламентирующие доступ к информационным системам, данным и справочникам, правила внедрения и поддержки информационных систем, процедуры восстановления данных и другие процедуры, обеспечивающие бесперебойное использование информационных систем.
- Процедуры контроля уровня приложений включают, в частности, логическую и арифметическую проверку данных в ходе обработки информации о фактах хозяйственной жизни (проверку правильности заполнения полей документов, контроль введенных сумм, автоматическую сверку данных, отчеты об операциях и ошибках, др.).

Рис. 6. Процедуры внутреннего контроля

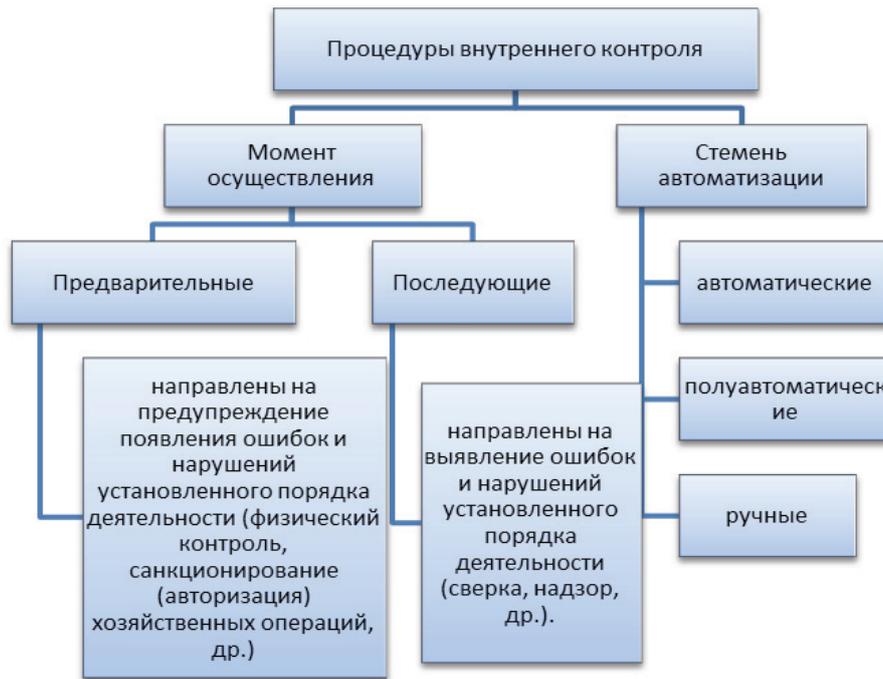


Рис. 7. Классификация процедур внутреннего контроля



Рис. 8. Составляющие оценки внутреннего контроля

Оценка эффективности дизайна внутреннего контроля позволяет выявить неэффективные, отсутствующие и дублирующие процедуры внутреннего контроля и включает в себя:

- проверку описания дизайна внутреннего контроля
- подтверждение дизайна внутреннего контроля.

Операционная эффективность внутреннего контроля означает, что внутренний контроль осуществляется в течение всего отчетного периода постоянно (без пропусков) в полном соответствии с утвержденным дизайном.

Подтверждение операционной эффективности означает, что необходимо провести тестирование определенного объема доказательств осуществления внутреннего контроля в течение периода или выполнение определенного количества повторений процедур внутреннего контроля.

При выполнении оценки, как эффективности дизайна внутреннего контроля, так и операционной эффектив-

ности можно применять следующие способы (рис. 9).

Одним из видов оценки внутреннего контроля является непрерывный мониторинг внутреннего контроля (рис. 10).

Непрерывный мониторинг может осуществляться руководством экономического субъекта:

- в форме регулярного анализа результатов деятельности экономического субъекта,
- проверки результатов выполнения отдельных хозяйственных операций,
- регулярной оценки и уточнения применимой организационно-распорядительной документации и т. д.

Документирование внутреннего контроля

Порядок организации и осуществления внутреннего контроля подлежит документальному оформлению.

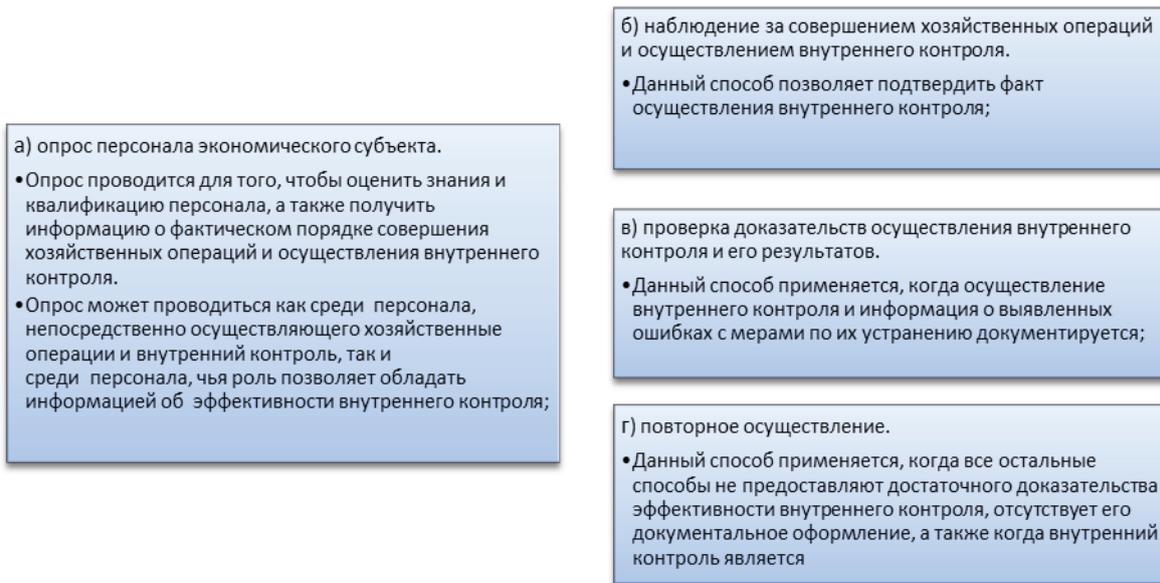


Рис. 9. Способы оценки внутреннего контроля



Рис. 10. Мониторинг

Документация, оформляющая организацию внутреннего контроля, подлежит регулярному обновлению. Экономический субъект должен не реже одного раза в год проводить оценку необходимости обновления документации.

Экономический субъект должен не реже одного раза

Виды документации:

1. Контрольная среда:

№	Возможные документы
1	положение о стратегии, целях и ценностях экономического субъекта, определяющие поведение экономического субъекта на рынке и методы управления им
2	кодекс делового поведения (этики), описывающий правила поведения руководства и персонала экономического субъекта при наступлении различных событий, процедуры рассмотрения жалоб;
3	организационная структура экономического субъекта, определяющая место и роль его подразделений, уровни принятия решений, штатное расписание;
4	положения об отдельных подразделениях экономического субъекта, определяющие функции подразделений, полномочия и ответственность их руководителей;
5	внутренние распорядительные документы, определяющие правила принятия решений и осуществления отдельных хозяйственных операций, в том числе учетная политика экономического субъекта;
6	кадровая) политика, устанавливающая подходы к найму, обучению и развитию персонала экономического субъекта, критерии оценки результатов деятельности, систему оплаты труда.

2. Оценка рисков

Документированию рисков должно предшествовать описание бизнес-процессов и процедур работы экономического субъекта.

При этом описание бизнес-процессов экономического субъекта может проводиться в разрезе направлений его деятельности, его юридической или организационной структуры.

Описания бизнес-процессов экономического субъекта составляются в текстовой и графической форме, что обеспечивает полноту и наглядность представления деятельности экономического субъекта (рис. 11).

По результатам оценки рисков экономический субъект определяет наиболее существенные риски и предпринимает действия по минимизации последствий их посредством организации и осуществления внутреннего контроля.

3. Информация и коммуникации

Документами, устанавливающими правила коммуникации, могут являться политика в области внешних и внутренних коммуникаций, графики предоставления данных и составления отчетности, должностные инструкции.

Организация внутреннего контроля

Порядок организации внутреннего контроля определяется руководителем экономического субъекта в зависимости от характера и масштабов деятельности экономического субъекта, особенностей его системы управления.

При организации внутреннего контроля необходимо исходить из следующих положений (рис. 12).

Организация и оценка внутреннего контроля может осуществляться экономическим субъектом самостоятельно или (и) независимым консультантом.

Для организации и осуществления внутреннего контроля экономический субъект может создать специальное подразделение внутреннего контроля (служба внутреннего аудита, служба внутреннего контроля).

Информация учитывают и специфику небольшого бизнеса.

Так, указано что при организации и осуществлении внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни субъект малого предпринимательства должен руководствоваться требованием рациональности.



Рис. 11. Описание риска



Рис. 12. Организация внутреннего контроля

В случае если какие-либо элементы внутреннего контроля не могут быть применены субъектом малого предпринимательства, его руководитель может организовать внутренний контроль любым другим способом, который обеспечивает достижение целей деятельности этого экономического субъекта.

Например — руководитель субъекта малого предпринимательства может принять на себя все функции по организации и осуществлению внутреннего контроля; если численность персонала экономического субъекта не позволяет осуществить разграничение полномочий и ротацию обязанностей, субъект малого предпринимательства может использовать другие процедуры внутреннего контроля, которые позволяют покрыть имеющиеся риски (сверку, надзор).

Заключение

Построение системы внутреннего контроля — дело пока новое для большинства менеджмента нашей страны, и особо — представителей малого и среднего, для которого Законом 402-ФЗ исключений не сделано.

Те или иные составляющие внутреннего контроля имеются в любом бизнесе — но с 2013 года надлежит иметь законченную систему, современную и эффективную.

Именно поэтому рассматриваемая Информация является серьезным подспорьем для менеджмента, делающим задачу построения внутреннего контроля понятной и достижимой.

Анализ расчетов с поставщиками и подрядчиками.

Управление кредиторской задолженностью

Соколова Ирина Александровна, кандидат экономических наук, доцент;
Пономаренко Анастасия Андреевна, студент
Поволжский государственный университет сервиса (г. Тольятти, Самарская обл.)

По мере внедрения регулирования все более настоятельным становится требование тщательного анализа имущества предприятия и источников его формирования.

Кредиторская задолженность постоянна и достигает больших размеров, в процессе анализа необходимо рассмотреть возможности сокращения внеплановых финансовых ресурсов в обороте организации. Кредиторская задолженность отображает стоимостную оценку финансовых обязательств предприятия перед разными субъектами экономических отношений.

В кредиторской задолженности большую роль играют расчёты с поставщиками. Для эффективного управления организацией очень важно быть проинформированным о состоянии финансовых взаимоотношений с поставщиками и подрядчиками, так как именно ими обеспечиваются все необходимые для нормального функционирования материальные ценности, проводятся нужные работы и предоставляются услуги.

Величина задолженности по поставкам этой продукции (работ, услуг) отображена по статьям баланса «Кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам» и «Векселя к оплате» (сумма векселей к оплате отражается при расчетах тогда, когда векселями гарантируются поставки продукции, оплата работ, услуг).

Анализ кредиторской задолженности проводится на основании данных, представленных на рисунке 1.

Основные задачи анализа — оценка динамики и структуры кредиторской задолженности по сумме и кредиторам; определение суммы просроченной кредиторской задолженности, оценка факторов, повлиявших на ее образование; определение сумм штрафных санкций, воз-

никших в результате образования просроченной кредиторской задолженности [3].

Анализ движения кредиторской задолженности должен осуществляться оперативно с использованием аналитических таблиц определенного формата, что позволяет адекватно реагировать на своевременно установленные факты задержки платежей. Анализ состояния кредиторской задолженности начинают с общей оценки динамики ее объема в целом и продолжают в разрезе отдельных статей; анализируют структуру кредиторской задолженности; определяют удельный вес кредиторской задолженности, платежи по которой ожидаются в течение года; оценивают динамику этого [3].

Наличие сомнительной кредиторской задолженности создает реальную угрозу платежеспособности самой организации-кредитора и снижает уровень ликвидности ее баланса. Для определения конкретных причин образования сомнительной кредиторской задолженности проводится внутренний анализ ее суммы по кредиторам и срокам возникновения на основании оперативных данных бухгалтерского учета.

Увеличение средств, отвлекаемых в расчеты с поставщиками (т. е. рост абсолютной величины кредиторской задолженности), может быть обусловлено объективными процессами — высокими темпами наращивания объема продаж. При этом важно, чтобы темп роста кредиторской задолженности не превышал темп роста продаж [2].

Резкое сокращение кредиторской задолженности может быть следствием негативных моментов во взаимоотношениях с поставщиками (сокращение продаж в кредит, потеря потребителей продукции).



Рис. 1. Информационная база для анализа дебиторской задолженности

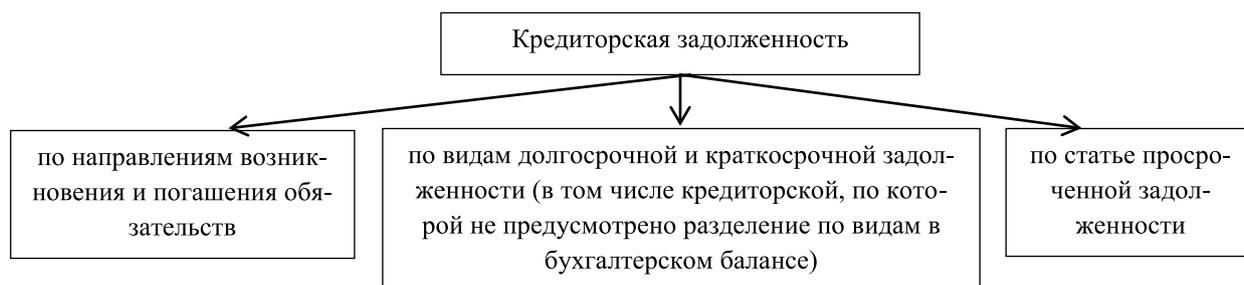


Рис. 2. Группировка кредиторской задолженности

Комплексный анализ кредиторской задолженности проводится по двум направлениям [3]:

— анализ информации о наличии и изменении задолженности на основании данных бухгалтерской (финансовой) отчетности;

— детальный анализ состояния и изменения задолженности по видам на основании данных бухгалтерского учета.

Содержание пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах дополняет показатели

бухгалтерского баланса и предусматривает возможность группировки кредиторской задолженности (рис. 2).

Сегодня сложно представить предприятие, у которого не было бы кредиторской задолженности перед поставщиками. При грамотном управлении (рис. 3) такая задолженность может стать дополнительным, а главное, дешевым источником привлечения заемных средств. Поэтому от того, как выстраиваются отношения с контрагентами, согласовываются условия заключаемых договоров, отслеживаются сроки их оплаты, т. е. каков механизм



Рис. 3. Понятие управления кредиторской задолженностью



Рис. 4. Механизм управления кредиторской задолженности

управления кредиторской задолженностью, во многом зависит эффективность использования полученных средств.

Выделим основные условия построения системы управления на предприятиях [1]:

- наличие у бухгалтеров, юристов, внутренних аудиторов и финансовых менеджеров, занимающихся обслуживанием системы управления кредиторской задолженностью, специальной профессиональной подготовки и навыков в области экономики, налогов и управления финансами;

- разработка такой формы контракта с покупателями, заказчиками (потребителями услуг), поставщиками и подрядчиками, в которой предусмотрены существенные условия, определяющие его исполнение, включая порядок взаиморасчетов;

- оценка партнера на основе аккумулирования и анализа информации из различных внутренних и внешних источников, а также собственного опыта общения с поставщиками (подрядчиками);

- оптимальная организация процесса расчетов с организациями-контрагентами;

- установление предельной суммы возможных сделок;

- своевременное проведение взаиморасчетов в погашение собственной кредиторской задолженности;

- своевременная инвентаризация расчетов и обязательств с последующей выверкой взаиморасчетов с кредиторами;

- получение необходимой информации о партнере из официально публикуемой финансовой отчетности;

- прогнозная оценка уровня финансовой устойчивости.

Представленный ниже рисунок 4 дает исчерпывающую информацию о механизмах управления кредиторской задолженности.

Проведенный обзор современного управления кредиторской задолженностью позволил выявить ряд недостатков, указанных в таблице 1. Также в таблице 1 предлагаются методы устранения указанных недостатков.

Для анализа кредиторской задолженности и механизмов управления ею необходимо рассматривать:

- показатели динамики и структуры кредиторской задолженности;

Таблица 1

Недостатки, методы их устранения и принципы оптимизации управления кредиторской задолженности

Недостатки	Методы устранения
<ul style="list-style-type: none"> — кредитная политика исследуется локально, только на третьей стадии (реализация продукции) воспроизводственного процесса, что не отражает ее влияния на первую (снабжение) и вторую (производство) стадии и эффективность всего процесса в целом; — система показателей эффективности управления кредиторской задолженностью ориентирована только на локальную оценку эффективности сбытовой сферы предприятия; — отсутствует механизм эффективной секьюритизации кредиторской задолженностей предприятия. 	<ul style="list-style-type: none"> — раскрыть организационно-экономические особенности природы кредиторской задолженности; — определить систему показателей состояния и оценки эффективности кредиторской задолженности; — выделить оптимальное управление кредиторской задолженностью; — предложить методы повышения эффективности управления кредиторской задолженностью на основе ее оптимизации (минимизации).
Принципы оптимизации	
<ul style="list-style-type: none"> — системный подход: материальные, финансовые и информационные потоки рассматриваются как взаимосвязанные и взаимодействующие для достижения единой цели управления кредиторской задолженностью предприятия; — принцип общих издержек — учет всей совокупности издержек управления основными и сопутствующими потоками; — принцип глобальной оптимизации — согласование локальных целей функционирования всех ресурсопотоков для достижения глобального оптимума при управлении кредиторской задолженностью; — принцип моделирования и информационно-компьютерной поддержки; — достаточность — наличие необходимого объема финансовых ресурсов для удовлетворения потребностей или покрытия существующего дефицита; — контроль и устранение проблем, связанных с движением финансовых потоков, на основе построения схем и моделей; — принцип устойчивости и адаптивности параметров и структуры финансовых потоков к особенностям оптимальной системы и видам контрагентов; — надежность источников привлечения ресурсов, минимизация рисков и повышение экономичности на основе данных о конъюнктуре рынка; — оперативность изменения схем и цепочек движения финансовых потоков при воздействии факторов внешней и внутренней среды. 	

- сроки возникновения кредиторской задолженности;
- возраст кредиторской задолженности;
- коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;
- период погашения кредиторской задолженности;
- коэффициент погашения кредиторской задолженности;
- коэффициент соотношения между дебиторской и кредиторской задолженностью за расчетный период.

Ключевым аспектом оптимизации и минимизации управления кредиторской задолженностью является управление материальными потоками, которые возникают в ходе закупки материалов или сбыта продукции и сопровождаются финансовыми потоками [2].

Для каждой схемы движения продукции может быть предусмотрено несколько вариантов организации финансовых потоков, различных по стоимости и риску. Сопоставляя потери и доходы, стоимость хеджирования рисков и возможности их ликвидации, можно построить такие схемы движения материальных и финансовых потоков, в которых общие затраты будут оптимальными.

Вышеизложенное определяет основные направления оптимизации эффективности управления кредиторской задолженностью на промышленных предприятиях.

Первое — введение в систему управления предприятий промышленности службы контроллинга.

Второе — мотивация персонала через премирование. Для этого необходимо разработать положение о премировании сотрудников за улучшение условий договоров поставки материалов, в частности за увеличение отсрочек платежа и получение скидок в цене.

Третье — специализация. Узкая специализация предприятия представляет собой основу для занятия им лидирующих позиций на рынке. Уменьшаются издержки производства, снижается себестоимость, повышается производительность труда, что в конечном итоге обуславливает оптимизацию кредиторской задолженности предприятия.

Результаты анализа дебиторской и кредиторской задолженности используются в управленческих целях и включаются в финансовые отчеты компании.

Литература:

1. Богомолов А. М. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью как элемент системы внутреннего контроля в организации // Современный бухучет. 2004. N 5. С. 46–51.
2. Петров А. М. Контроль за движением дебиторской и кредиторской задолженности // Современный бухучет. 2004. N 9. С. 38–45.
3. Ржаницина В. Анализ полугодовой отчетности // Консультант. N 15. 2005, август.

Пути снижения рисков при работе с контрагентами

Соколова Ирина Александровна, кандидат экономических наук, доцент;
Пономаренко Анастасия Андреевна, студент
Поволжский государственный университет сервиса (г. Тольятти, Самарская обл.)

Проблема риска является одной из основных в финансово-хозяйственной деятельности современных организаций, поскольку ведение бизнеса связано с неопределенностью, опасностью, конкуренцией.

Категорию «риск» можно определить как опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом, который рассчитан на рациональное использование ресурсов в данном виде предпринимательской деятельности [3].

Любая организация-налогоплательщик как самостоятельный субъект предпринимательской деятельности свободна в выборе своих контрагентов. Это налагает определенную ответственность в вопросах определения тех лиц, с которыми организация вступает в отношения в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности. Ответственность связана с тем, что построение хозяйственных связей с контрагентами сопряжено с проявлением различных рисков. Основные риски со стороны контрагентов связаны с возможностью различных мошеннических действий. Например, со стороны поставщиков это может быть нарушение сроков поставок, номенклатуры, качества, цены, условий поставок и т. д. Со стороны покупателей это проявляется в нарушении сроков и порядка оплаты, одностороннем изменении согласованных цен и объемов закупок и др. Мошенничество со стороны поставщиков представляет собой хищение денежных средств покупателей с использованием различных способов обмана и манипуляций [1].

С другой стороны, налогоплательщик несет и высокие налоговые риски. Приобретение товаров, работ или услуг у «недобросовестных» контрагентов нередко становится поводом для отказа в праве на вычет по НДС и в праве учитывать понесенные расходы для целей исчисления налога на прибыль. В таких случаях налоговые органы склонны квалифицировать «излишние» вычеты и расходы как «необоснованную налоговую выгоду». Предъявление таких претензий со стороны налоговых органов

грозит налогоплательщику доначислениями по НДС и налогу на прибыль, пенями и штрафами.

Риски, которым подвергается организация при работе с контрагентами, представлены на рисунке 1 «Риски, связанные с работой контрагентов».

Наступление контрагентского риска возможно по различным причинам, а именно:

- несостоятельность (банкротство) контрагента или наличие у него признаков банкротства;
- события политического характера;
- длительная остановка производства у контрагента вследствие аварии, катастрофы, пожара, стихийного бедствия.

В таблице 1 «События политического характера» подробно рассмотрена одна из причин наступления риска — события политического характера.

Обобщение практики предъявления налоговых претензий приводит к выводу о том, что в случае недобросовестности контрагентов (рис. 2) покупатель лишается права произвести налоговые вычеты по НДС.

Наличие у контрагента налогоплательщика перечисленных признаков недобросовестности (одного или нескольких из них) неизбежно приводит к признанию налоговой выгоды, полученной по сделке с ним, необоснованной.

Можно сделать вывод, что риски, связанные с контрагентами, являются внешними. Для снижения вероятности их возникновения и последствий в случае наступления организация должна выработать методику проверки контрагентов и разработать систему контроля осуществления операций с поставщиками, подрядчиками и покупателями, заказчиками.

Для снижения рисков при работе с контрагентами необходимо проводить анализ контрагентов по определенным правилам, представленным на рисунке 3.

Тактика организации, у которой есть четко выработанная методика проверки контрагентов, говорит о добросовестном и осознанном отношении к выбору партнера. Методики проверки выбираются сугубо индивидуально, с учетом специфики конкретной ситуации.

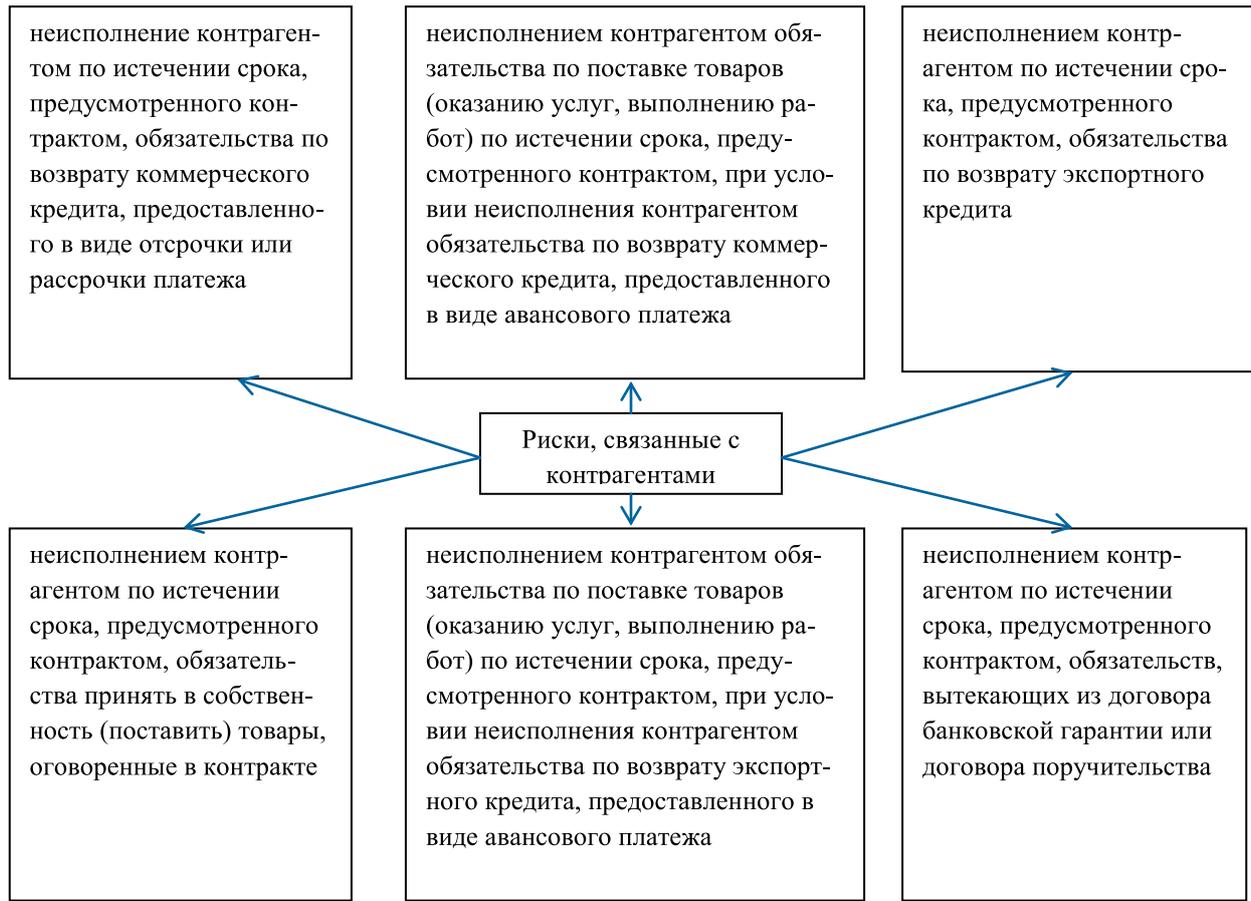


Рис. 1. Риски, связанные с работой контрагентов

Таблица 1

События политического характера

Законодательные	Принятие мер правительствам	Прочие
— введение законодательных или административных мер либо принятие решений правительством страны действия страхового покрытия, не допускающих или откладывающих на неопределенный срок исполнение контракта, а также не допускающих или откладывающих на неопределенный срок исполнение предоставленных гарантий по контракту; — введение законодательных или административных мер либо принятие решений правительствами стран действия страхового покрытия, не допускающих или откладывающих на неопределенный срок конвертацию или погашение задолженности контрагентом в установленной контрактом валюте;	— принятие правительствами (стран действия страхового покрытия) решений, которые препятствуют восстановлению права собственности на товары, являющиеся предметом экспортного кредита, или их репатриации по процедуре, предусмотренной контрактом; — аннулирование задолженности контрагента, перенос сроков погашения задолженности контрагента на основании решений правительств стран действия страхового покрытия или правительства Российской Федерации либо международных соглашений, вступивших в силу после подписания контракта;	— объявление войны, начало гражданской войны, революция, восстание в странах действия страхового покрытия и в других странах, указанных в договоре страхования; — аннулирование импортных (экспортных) лицензий страхователя и/или контрагента государственными органами страны действия страхового покрытия; — введение эмбарго на импорт (экспорт) государственными органами страны действия страхового покрытия.

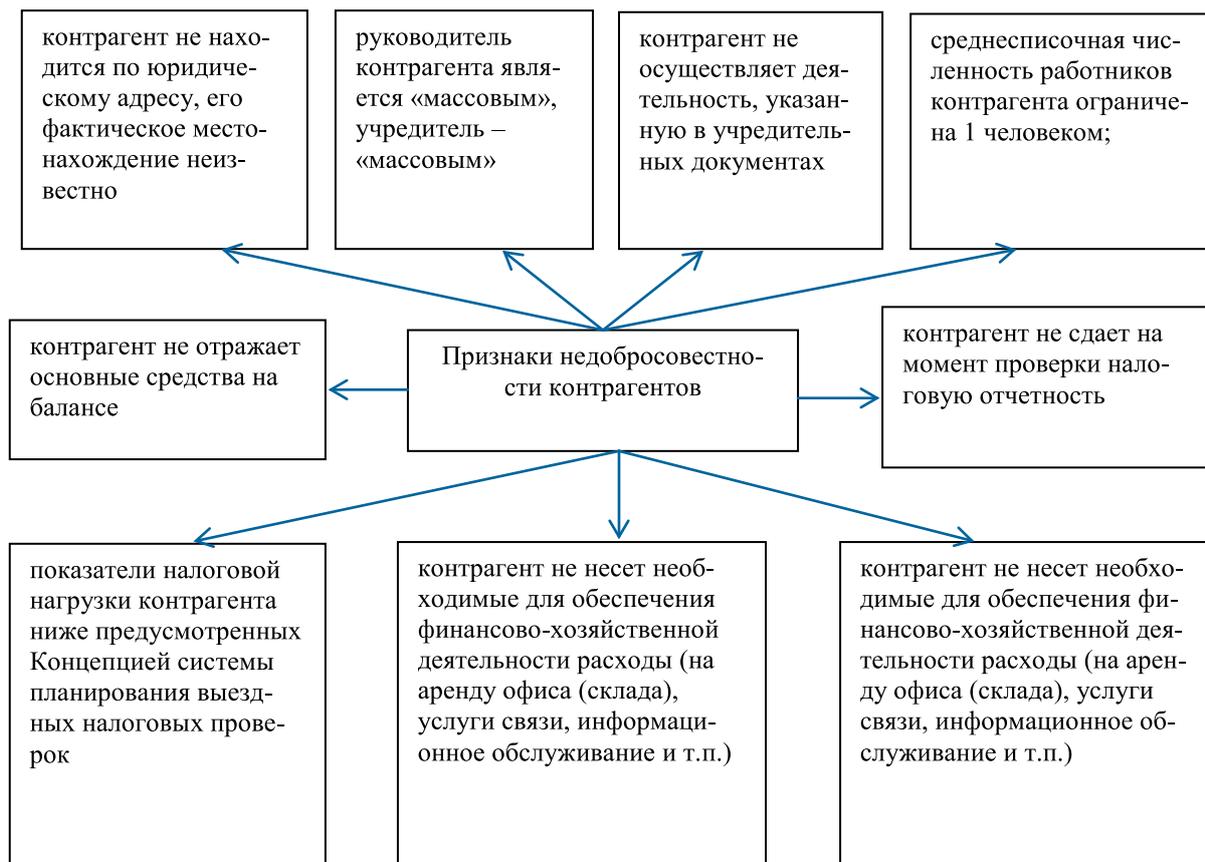


Рис. 2. Признаки недобросовестности контрагентов

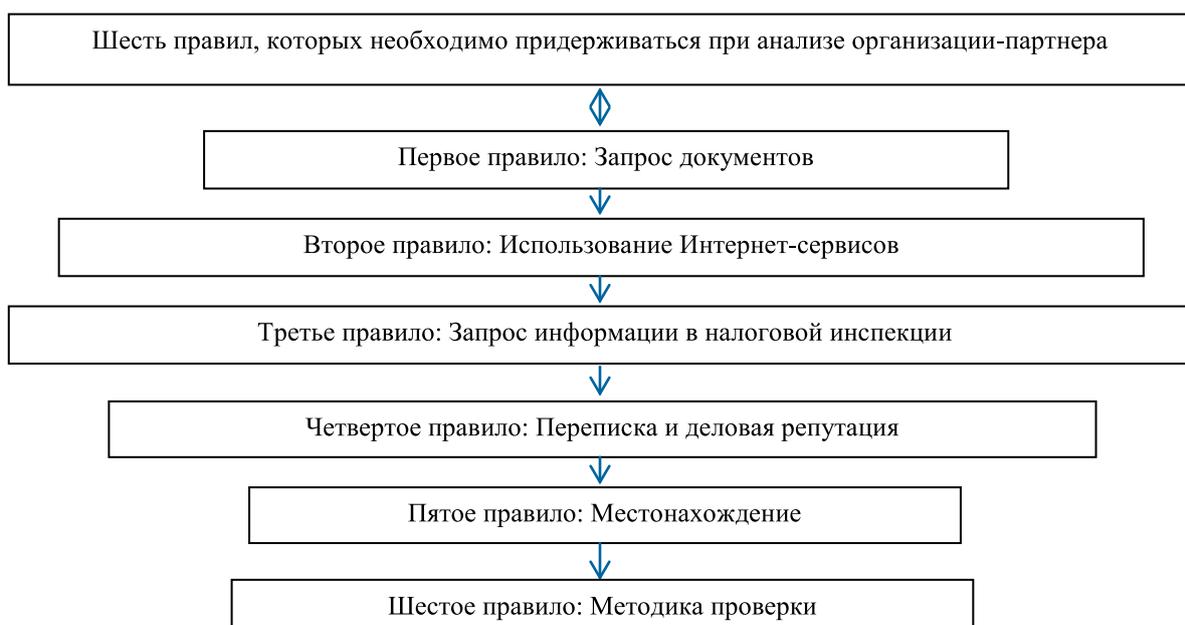


Рис. 3. Правила анализа контрагента

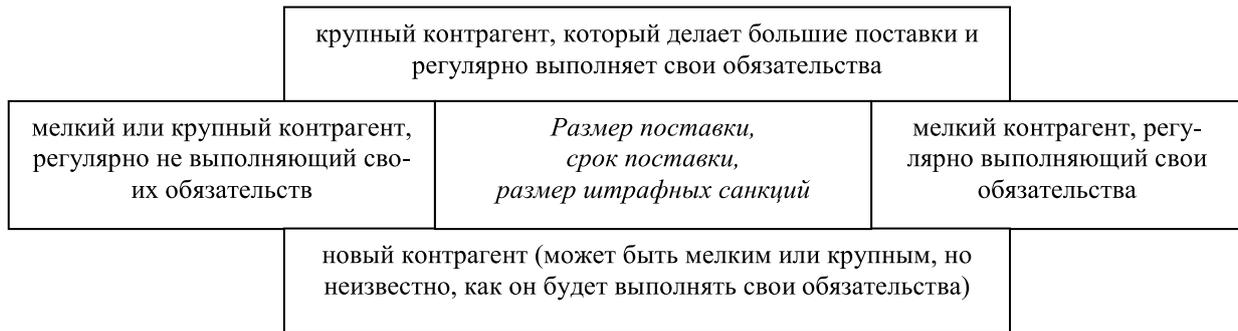


Рис. 4. Зависимость условий контракта от типа контрагента

Для контроля работы с поставщиками и подрядчиками можно применять следующие методы:

— определение условий контрактов с учетом типа поставщика или подрядчика (рисунок 4). Например, если контрагент новый, целесообразно сделать небольшой заказ, на короткий срок, со средним размером штрафных санкций. В зависимости от того как он выполнит условия договора, условия можно будет изменить в лучшую или худшую сторону, либо не заключать следующего договора, если поставщик оказался недобросовестным;

— определение планового уровня дебиторской задолженности. Указанный уровень определяется как макси-

мально возможный размер дебиторской задолженности, по которой у организации не будет возникать дефицит свободных денежных средств. Такая задолженность может выражаться в абсолютных величинах, в процентах по отношению к выручке или в количестве кредитуемых клиентов.

При следовании вышеизложенным рекомендациям организация может значительно увеличить уровень контроля над расчетами с контрагентами, качество бухгалтерского учета, управленческих решений, снизить риски, связанные с сотрудничеством с другими организациями.

Литература:

1. Васин С. М. Управление рисками на предприятии [Текст]: учебное пособие / С. М. Васин, В. С. Шутов. — М.: КНОРУС, 2010. — 304 с.
2. Савицкая Г. В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты [Текст]: учебное пособие / Г. В. Савицкая — М.: Инфра-М, 2010. — 272 с.
3. Ступаков В. С., Токаренко Г. С. Риск-менеджмент [Текст]: учеб. пособие / В. С. Ступаков — М.: Финансы и статистика, 2008. — 288 с.

11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

Современные тенденции развития брендинга в рыночных условиях

Калиева Ольга Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой;
Марченко Виктория Николаевна, старший преподаватель;
Дергунова Мария Ивановна, студент
Оренбургский государственный университет

Рассмотрены понятие, инструменты и тенденции развития особенности брендинга. Представлены основные составляющие, уровни качества и классификация брендов.

Ключевые слова: бренд, брендинг, жизненный цикл бренда, классификация брендов, преимущества брендов.

Современная концепция брендинга основана на марочном видении бизнеса и развитии капитала бренда. Эта концепция представлена многими течениями научной мысли и отражена в работах Ж. Капферера, Д. Аакера, Дж. Мерфи, Т. Гэда П. Темпорала, Д. Алессандро, Я. Эллува, С. Дэвиса, и многих других специалистов. Сторонники современного подхода рассматривают брендинг как стратегический инструмент необходимый для формирования прибыли компании, который стимулирует медиатехнологии и новые модели бизнеса с иными подходами к созданию брендов.

Многие отечественные специалисты, а именно В. Н. Домнин, И. Я. Рожков, М. Н. Дымшиц обобщают опыт завоевания сильных конкурентных позиций на рынках в результате внедрения брендинга.

Бренды современности являются не только важными компонентами коммерческой деятельности, но и своеобразным символом коммерческой активности.

В отличие от товаров и услуг бренд не создается на производстве, он формируется в сознании людей, обеспечивая эмоциональную связь между функциональностью и восприятием продукта.

Бренд — это «набор реальных и виртуальных мнений, выраженных в торговой марке, который, если им правильно управлять, создает влияние и стоимость».

Сознание потребителя создает образ продукта, который объединяет различные характеристик бренда:

- название;
- символ (логотип);
- рекламный персонаж;
- опыт предыдущих покупок;
- рекламный слоган;
- чувства и эмоции которые вызывает данный товар.

Основываясь на данный перечень характеристик Американская маркетинговая ассоциация дает более широкое определение понятия бренда:

Бренд — это имя, термин, знак, символ, дизайн или их комбинация, предназначенные для идентификации то-

варов или услуг одного производителя или группы производителей, а также отличия их товаров и услуг от товаров и услуг конкурентов.

Составляющие бренда по Д. Ааркеру представлены на рисунке 1.

Д. Аакер под брендом понимает двухуровневую систему, которая основана в равной степени на физических характеристиках продукта большой ассоциативной емкости.

Наличие расширенного контекста потребления у бренда, обеспечиваемого ассоциативной емкостью, позволяет устанавливать более тесные взаимоотношения с потребителем как на духовном, так и на эмоциональном уровне.

Основу бренда составляет маркетинговая сущность товара, которая состоит в удовлетворении нужд и потребностей потребителя. Если взять во внимание тот факт, что в основе товара лежит физический продукт в реальном исполнении, который обладает функциональностью, областью применения и особым назначением, то это означает, что товар материален по сути. Каждый товар обладает определенными качествами и исполняется в разных модификациях, которые поддерживаются соответствующими техническими условиями. Бренд в отличии от товара не сводится к физическому удовлетворению потребностей и нужд человека, а также не ограничивается функциональным контекстом потребления. Бренд по сути более содержателен т.к он предлагает расширенный контекст потребления, включающий образы, традиции и ассоциации.

Существуют следующие уровни качества бренда:

- функциональный (назначение) — основывается на способности товара, который лежит в основе бренда, выполнять свое назначения в соответствии с корпоративными, национальными, мировыми и международными стандартам;
- индивидуальный (ценность) — способность бренда соответствовать жизненным ценностям потребителя;

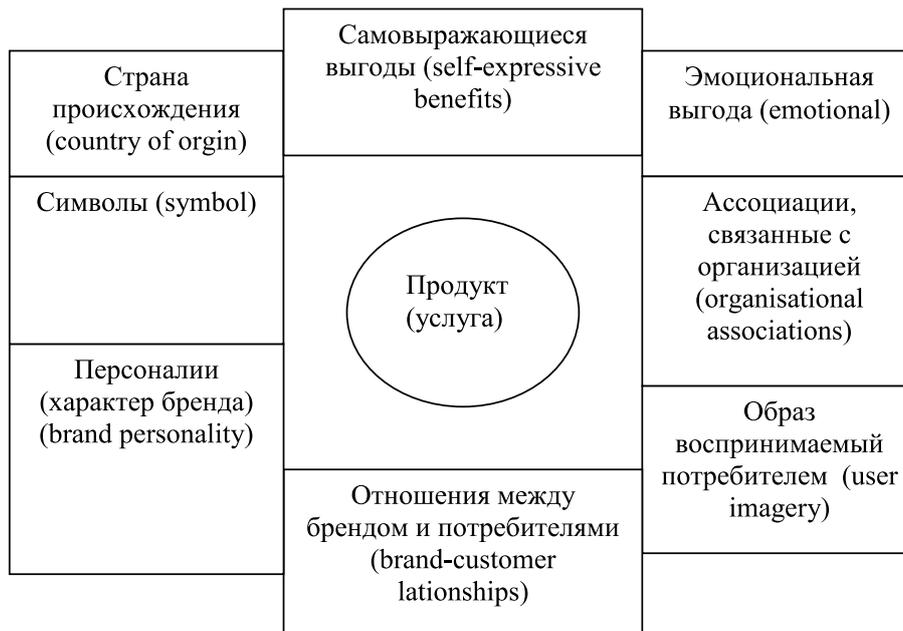


Рис. 1. Составляющие бренда

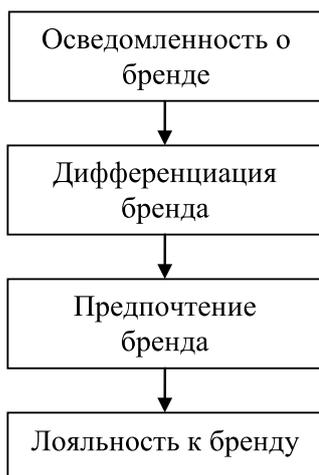


Рис. 2. Жизненный цикл бренда

— социальный (уважение) — обеспечивает потребителям принадлежность к одной из социальных групп, позволяет получить социальное одобрение и признание;

— коммуникативный (обещание) — способность поддерживать отношения с потребителями, когда суммируются все вышеизложенные характеристики (функциональные, индивидуальные, социальные), и предлагаются особые выгоды для каждого потребителя.

Таким образом, бренд можно определить как последовательный набор (сочетание) функциональных, эмоциональных и самовыразительных обещаний потребителю, которые отвечают наилучшим образом его потребностям и являются значимыми, и уникальными.

После того, как бренд появляется на рынке, он развивается в течении всего жизненного цикла, он трансформируется

Таблица 1

Классификация брендов

Критерий классификации	Вид бренда	Пример
По предметной направленности	Товарный	Nestle, L Oreal
	Сервисный	Ford Credit
	Социальный (личностный)	Мадонна, Алла Пугачева
	Бренд организации	UEFA, ЮНЕСКО
	Событийные	Kremlin Cup, Formula 1
	Географический	Канны, Венеция
По территориальному охвату	Глобальный	Benetton, Coca-Cola
	Национальный	«Балтика», Wimm-Bill-Dann,
	Региональный	Smarts
	Локальный	«Перекресток»
По сфере применения	Потребительский	Tide, Danone, Pepsi
	Промышленный	Tetra-Pack, Caterpillar
	Высокотехнологичный	Intel, Microsoft

По принадлежности	Производителя	Sony, Ford Motor Company
	Дистрибьюторский	Ford Auto
	Частный ¹	Marks&Spenser, MaxMara
По иерархии в структуре портфеля	Корпоративный	P&G, Unilever
	Зонтичный	Веселый молочник, Ford
	Товарный суббренд	Chevrolet Niva, Ford Focus
	Индивидуальный ²	Lexus

Таблица 2

Преимущества брендов

Преимущество	Краткое описание
Бренд идентифицирует фирму и ее товар на рынке	Узнаваемость фирменной символики и атрибутов бренда. Четкая и ясная позиция бренда, которая выражается через коммуникацию и внешнюю атрибутику, позволяет потребителям различать товары со схожими характеристиками и мгновенно идентифицировать их среди аналогов
Бренд унифицирует коммуникации и создает единый целостный образ товара	Ориентация потребителей, которые склонны отдавать предпочтение сильным брендам с устойчивым имиджем и репутацией в потоке товаров, услуг и информации.
Бренд позволяет создавать ценовую премию и обеспечивает дополнительную прибыль	Взамен на доверие, традиции качества и гарантии производителей потребители получают завышенную цену, по которой они готовы приобретать товар под известным брендом. Каждый четвертый потребитель, отдавая предпочтение любимому бренду, не обращает внимания на цену.
Бренд формирует потребительскую лояльность	Практика показывает следующее: 20 % лояльных потребителей обеспечивают 80 % стабильной прибыли компаний. Поддержание лояльности к производителю экономически гораздо выгоднее, чем привлечение новых покупателей. Другие исследования свидетельствуют, что увеличение лояльности к бренду на 5 % обеспечивает 100 %-ный рост прибыли.
Бренд обеспечивает хороший сбыт и стимулирует повторные покупки	В частности, по расчетам специалистов Ford Motor Company, потребитель, сохраняющий приверженность к марке после приобретения автомобиля в последующие годы, в целом оставляет в компании более 120 тыс. долл.
Бренд сплачивает команду сотрудников компании и защищает производителя патентом	Эффективный брендинг вселяет в работников чувство уверенности и гордости «за общее дело» и мотивирует их.
Бренды быстрее остальных восстанавливают свое положение после кризисов	Наличие у компании лояльных потребителей формирует запас прочности и устойчивости к изменениям на рынке.
Бренд развивает новые категории товаров и отраслей производства	Успешным брендам гораздо проще своими силами создать новые товарные категории.
Бренд обеспечивает высокие дивиденды и увеличивают рыночную капитализацию компании.	Это связано с тем, что бренд является инвестицией в развитие компании и её капитала
Бренд облегчает выход на новые товарные и географические рынки	Бренды являются благоприятными толчками для выпуска новых продуктов и начала смежных видов деятельности.

мирует сущность торговой марки от совокупности идентифицирующих элементов (знак, стиль, слоган) до четко воспринимаемой потребителем ценности, как совокупности эмоциональных и функциональных элементов, которые едины с товаром и способом его презентации. На рисунке 2 представлен жизненный цикл бренда.

Сама последовательность развития бренда по этапам жизненного цикла обеспечивается брендингом. В таблице 1 Представлена классификация брендов.

Так же существуют и другие классификации брендов, степень различия которых обусловлен целью классифицирования и особенностями рыночной среды.

¹ Частным признается бренд, принадлежащий розничному или оптовому торговцу, торговому агенту, а также любому другому торговому посреднику.

² Индивидуальным является продвигаемый под отдельным независимым именем, в основе которого лежит отдельный продукт внутри продуктовой линии.

Современная практика корпоративного управления рассматривает бренды как объекты стратегического инвестирования. Но по статистике, большинство брендов (более 90 %) уходят с рынка в первые 2–3 года своего существования.

Но не смотря на это опыт многих ведущих мировых компаний показывает, что грамотно управляемые бренды обеспечивают фирмам неоспоримые конкурентные преимущества на рынке. Преимущества брендов представлены в таблице 2 на стр. 111.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать следующие выводы:

— жизненный цикл бренда состоит из четырех основных

этапов;

— бренды классифицируются по предметной направленности, по территориальному охвату, по сфере применения, по принадлежности и по иерархии в структуре портфеля;

— грамотно управляемые бренды обеспечивают фирме неоспоримые конкурентные преимущества на рынке;

— преимущества бренда насчитывает более 10 направлений;

— роль брендинга сводится к развитию как самого бренда, так и компании в целом;

— для крупных и развитых компаний брендинг является необходимостью.

Литература:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / Пер. с англ. М., 2003.
2. Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: Новая концепция брендинга / Пер. с англ. М., 2003.
3. Барнс Б., Шульц Д. Стратегические бренд-коммуникационные кампании / Пер. с англ. М., 2003.
4. Домнин В. Н. Брендинг: Новые технологии в России. 2-е изд. СПб., 2004.
5. Дэвис С. Управление активами торговой марки / Пер. с англ. СПб., 2001.
6. Рожков И. Я. Реклама: Планка для «профи». М., 1999.
7. Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г. Особенности современного брендинга (зарубежный опыт). М., 2003.
8. Рудая Е. А. Основы бренд-менеджмента: Учебное пособие для вузов/М.: АспектПресс, 2006. -256 с.
9. Бапгра Р., МайерсДж., АакерД. Рекламный менеджмент / Пер. с англ. 5-е изд. М.; СПб.; К, 1999
10. Васильева М., Надеин А. Бренд: Сила личности. СПб., 2003.
11. Веркман Дж. К. Товарные знаки: Создание, психология восприятия. М., 1986.

Маркетинговые исследования при открытии магазина

Коваль Сергей Сергеевич, студент-магистрант

Крымский экономический институт государственного высшего учебного заведения

«Киевский национальный экономический университет имени В. Гетьмана» (г. Симферополь, Украина)

В статье рассмотрен маркетинг магазина, а именно те ключевые вопросы, которые связаны с маркетинговыми исследованиями при открытии нового магазина.

Ключевые слова: маркетинг, исследования, магазин, объём продаж, покупатели, ассортимент, конкуренты.

Маркетинг можно по праву назвать незаменимым инструментом оптимизации продаж торговой точки. Обоснованные, продуманные маркетинговые действия — залог максимальных количественных и качественных показателей.

Руководители торговых предприятий знают, что при открытии нового магазина необходимо проводить маркетинговое исследование, но воплощение этого вопроса вызывает ряд затруднений и оказывается сложнее, чем это может показаться на первый взгляд.

Затруднения возникают ввиду следующих причин:

- Дороговизна исследований;
- Недостаток опыта проведения исследований своими силами;
- Отсутствие маркетинговой стратегии.

Исследуя опыт ретейлеров при открытии торговых точек, можно выделить следующие типичные ошибки:

— Открытие торговой точки осуществляется без предварительного изучения внешних факторов;

— Не учитываются правила мерчандайзинга;

— Не проводятся исследования покупателей и конкурентов;

— Управление ассортиментом не отлажено и проводится непрофессионально.

Какие преимущества даст маркетинговое исследование при открытии нового магазина? (табл. 1)

Ввиду того, что большинство открывающихся магазинов имеют небольшой формат (так называемый «семейный формат»), малобюджетное маркетинговое исследование идеально отвечает этому требованию.

Таблица 1

Преимущества проведения маркетингового исследования

Преимущества	Характеристика
Возможность принять обоснованное решение, принимаемое в области внешней среды деятельности магазина	На работу магазина влияют не только внутренние процессы, но и внешние факторы (месторасположение, потенциальные клиенты, конкурирующие фирмы)
Возможность принять обоснованное решение, которое влияет на экономические показатели деятельности магазина	Торговая точка становится высокорентабельной



Рис. 1. Структура финансовых затрат при проведении маркетинговых исследований (% от общих затрат)

Зварич Э., говорит о том, что малобюджетное маркетинговое исследование не стоит путать с урезанным или «неполноценным» исследованием. Такое исследование рассчитано на малый формат магазина [2, с.151].

Проанализируем структуру финансовых затрат при проведении маркетинговых исследований (рис. 1.).

Исходя из представленного рисунка, можно сделать вывод о том, что наибольший удельный вес финансовых затрат при проведении маркетингового исследования приходится на полевые исследования, то есть на работу интервьюеров которые проводят опросы покупателей.

Перейдем непосредственно к составляющим маркетингового исследования при открытии магазина (табл.2)

Перейдем к характеристике каждого из разделов маркетингового исследования.

Канаян К., Канаян Р., Канаян А., акцентируют внимание на том, что ближе форма района к правильному кругу или квадрату, тем более она компактна, и контролируя центр такой территории, легче обеспечить контроль над отдельными районами [3]

Для сравнения предлагается две территории, которые равные по площади, по количеству и доходам населения, но имеющие разную компактность (рис. 2).

Исходя из представленного рисунка наглядно видно, что длина внешнего контура территории «Б» в 2 раза больше, чем у территории «А». При одинаковых затратах

Таблица 2

Составляющие маркетингового исследования при открытии магазина

Раздел	Характеристика
Описание местоположения объекта и определение зоны его обслуживания	Изучение транспортных потоков и их влияния на торговлю в городе, определение центров в районе (географического, центра населения, центра активности), распределение сил и средств между торговыми предприятиями района
Социально-демографический обзор потенциальных покупателей	1. Пол; 2. Возраст; 3. Семейное положение; 4. Социальный статус; 5. Финансовое состояние
Сведения о конкурентах	1. Круг конкурентов; 2. Ассортимент конкурентов; 3. Цены на предлагаемые товары конкурентов

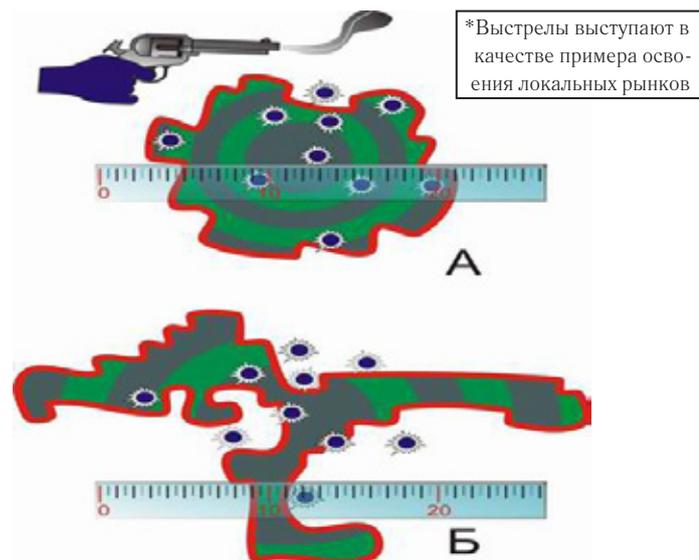


Рис. 2. Пример двух территорий А и Б, имеющих одинаковые параметры, но разную компактность

ресурсов на освоение этих локальных рынков, в районе «А» удастся добиться гораздо большего чем, в «Б».

Также без внимания не должен остаться вопрос о плотности застройки. При одинаковой застройке, плотность населения может оказаться разной. Плотная застройка при высокой и средней этажности — благо, а при низкой — помеха. Конечно же, легче найти место на площадях с низкой плотностью застройки, а привлечь покупателей — труднее. Как показывает практика, чем выше этажность на территории, тем выше будут продажи на ней (табл.3).

Для изучения данной информации можно воспользоваться картами с указанием этажности зданий, но найти их достаточно проблематично, поэтому лучше прибегнуть к коррекции карты на местности.

Так же Канаян К., Канаян Р., Канаян А., говорят о том, что имеет значение обеспеченность автомобилями. Высокая обеспеченность автомобилями свидетельствует

о достатке покупателей, обеспечивает их высокую мобильность и снижает степень лояльности к местным магазинам [3].

Но высокая обеспеченность автомобилями понятие относительное и не имеет конкретики. Автор предлагает исследовать значение обеспеченности автомобилями через оценку количества автомобильных стоянок в районе.

Конечно же, стоит учитывать и те автомобили, которые оставляют у дома, однако данный анализ предоставляет достаточно данных для ответа на вопрос об обеспеченности района или исследуемой территории автомобилями.

Влияет так же и изменение численности населения на розничную торговлю. Рост населения может происходить за счет увеличения состава семей, либо за счет заселения новостроек. Заселение новостроек создает розничной торговле благоприятные условия.

Таблица 3

Этажность на территории и продажи

Этажность	Продажи отдельно взятого магазина (в стоимостных единицах)
3-х этажные дома	155.455 руб.
5-ти этажные дома	175.454 руб.
9-ти этажные дома	184.354 руб.
14-ти этажные дома	201.783 руб.

Таблица 4

Обеспеченность автомобилями района

Кол-во стоянок	Кол-во автомобилей
3	150
4	200
7	350

Увеличение состава семей благоприятно для местной торговли ввиду того, что родители становятся более привязанными к месту проживания.

Таким образом, зону обслуживания магазина можно разделить на:

- Жилые массивы;
- Пешеходные и транспортные потоки;
- Остановки общественного транспорта;
- Другие объекты пользующиеся повышенной популярностью.

Важно отметить, что благодаря умелому использованию «чужой» популярности для продвижения своих товаров, можно достичь значительного экономического эффекта.

Перейдем к рассмотрению следующего раздела в маркетинговом исследовании при открытии магазина — социально-демографический обзор потенциальных покупателей.

В качестве методов исследования можно использовать анкетирование, а также фокус-группы.

Морозов Ю. В., говорит о том, что опросы, применяемые в практике маркетинга, бывают двух видов: интервью и анкетные опросы [4, с. 52].

Интервью проводится в свободной форме и проходит часто в виде беседы, формулировка вопросов жестко не регламентируется.

Опрос же определяется программой, которая предусматривает ряд этапов:

- Определение цели опроса;

- Разработка бланка анкеты и её апробирование;
- Определение численности респондентов и способах их отбора;

- Подбор анкетеров-регистраторов и их подготовка;
- Непосредственное проведение опроса;
- Обработка материалов опроса и их анализа;
- Составление отчета о результатах опроса.

Данные отчета могут быть представлены в следующем виде (рис. 3,4).

Если с определением пола, возраста, семейного положения и социального статуса все достаточно просто, то при определении финансового состояния возникают сложности. Как показывает практика, интервьюируемые уклоняются от точного ответа на этот вопрос.

Для решения данной проблемы можно использовать следующие показатели (рис. 5):

- Место проведения отпуска;
- Наличие и марка автомобиля;
- Частота посещения театров, ресторанов, казино;
- Предпочтение совершения покупок в торговых предприятиях определенных форматов.

В результате данных полученных в ходе анкетирования, станет возможным определить:

- Диапазон цен предлагаемого товара;
- Номенклатура товара;
- Формы обслуживания (к примеру, оборудование автостоянки, если магазин рассчитан на состоятельного покупателя).

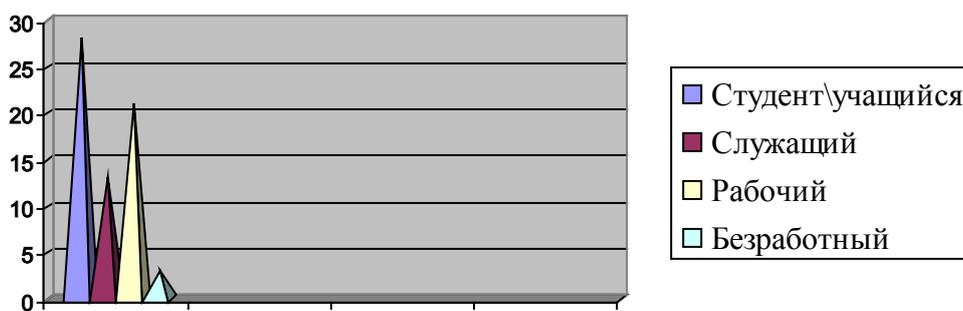


Рис. 3. Распределение респондентов по социальному статусу (% от общей выборки)

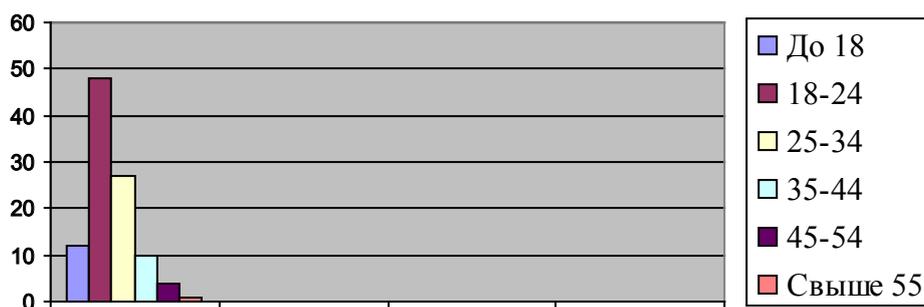


Рис. 4. Распределение респондентов по возрасту

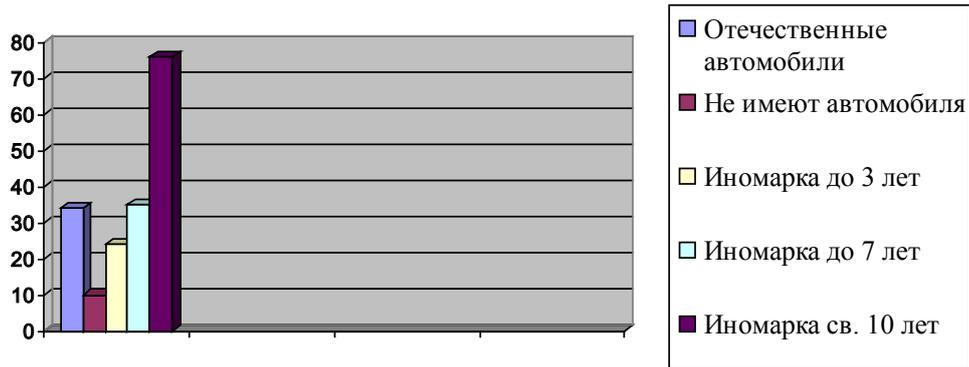


Рис. 5. Распределение респондентов по наличию автомобиля (% от общей выборки)

Таблица 5

Определение фирм-конкурентов

Фирма	Характеристика
ООО «НОВАЯ ЭРА»	Адрес (место нахождения) юридического лица: г. Москва, 1-й Котляковский переулок д.3 оф.44. Почтовый адрес: г. Москва, 1-й Котляковский переулок д.3 оф.44. Телефон: 797-88-37. Предметом деятельности Общества являются: Торгово-закупочная деятельность, в том числе оптовая и розничная торговля продуктами питания, товары народного потребления.
ООО «КОЛОСОК»	Предметом деятельности Общества являются: Торгово-закупочная деятельность, в том числе оптовая и розничная торговля продуктами питания, товары народного потребления, с\х инвентарь
ЧП «ВЕЗУНЧИК»	Адрес (место нахождения) юридического лица: г. Москва, 1-й Котляковский переулок д.4 оф.55. Почтовый адрес: г. Москва, 1-й Котляковский переулок д.4 оф.55. Предметом деятельности Общества являются: Торгово-закупочная деятельность, в том числе оптовая и розничная торговля продуктами питания

Таблица 6

Ассортимент товара магазина «Везунчик»

№ № пп	Наименование	Вес (гр, дм ³)	Цена (рубли)
Напитки			
1	Лимонад слабогазированный «Ситро»	500 гр. (0.5 дм ³)	25 руб.
2	Вода питьевая «Росинка»	500 гр. (0.5 дм ³)	25 руб.
3	Молоко и молочные напитки	200 гр.	30 руб.
Кондитерские изделия			
4	Печень «Лора»	Развесное	50 руб. \ кг
5	Кекс с начинкой	Развесное	25 руб. \ кг
6	Печенье «Лорд»	Развесное	20 руб. \ кг
7	Вафли	Развесное	20 руб. \ кг
8	Слоеное пироженое	Развесное	35 руб. \ кг
Мясные изделия			
9	Колбаса варенная «Докторская»	250 гр.	450 руб. \ кг
10.	Колбаса варенная «Краковская»	250 гр.	470 руб. \ кг

Перейдем к рассмотрению следующего раздела в маркетинговом исследовании при открытии магазина — сведения о конкурентах.

Сведения о конкурентах включает анализ таких составляющих как:

- Круг фирм-конкурентов;
- Ассортимент предлагаемых товаров;
- Цены на предлагаемые товары.

Круг фирм-конкурентов представляет собой изучение фирм, которые осуществляют свою деятельность на исследуемой территории. Оценка предполагает количественное измерение (кол-во фирм-конкурентов), а также дополнительные сведения (предмет деятельности фирмы-конкурента).

Данные можно занести в таблицу следующего вида (табл. 5).

Номенклатура товара представляет собой совокупность всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц, предлагаемых данным продавцом или производителем [1]

При изучении номенклатуры, товары необходимо разделить на категории, вес, цену (табл.6).

Изучение цен на предлагаемые товары представляет собой сопоставление цен планируемого нового магазина и цен конкурентов. Данные можно занести в таблицу такого же вида, которая была представлена ранее (см. табл.6).

В результате данных полученных в ходе исследования, станет возможным определить:

— Сопоставление ассортимента конкурентов с собственным ассортиментом даст возможность определить товарные группы представленные в избытке, а каких наоборот недостаточно;

— Определить торговое оборудование для продажи товаров;

— Слабые и сильные стороны конкурентов (наличие удобного подъезда, обслуживающий персонал, корпоративный стиль работников, оформление магазина, название и вывеска фирм-конкурентов).

Важно отметить, что по количеству предлагаемого ассортимента маленький магазин вряд ли сможет конкурировать с супермаркетом. Несмотря на это, качество обслуживания клиентов которое подразумевает обходительное и внимательное отношение со стороны про-

давцов обязательно оценит покупатель, который ставит элемент общения при совершении покупки на первое место.

Зварич Э., говорит о том, что также важно вычислить потенциал будущего магазина и рассчитать точку безубыточности [2, с.153].

Потенциал будущего магазина определяется исходя из следующих величин:

- Объем продаж;
- Средний объем продаж в расчете на 1 тысячу жителей;
- Число жителей (покупателей) исследуемого района.

Получить исходные данные можно путем выбора нескольких магазинов-конкурентов со сходными характеристиками (формат, численность населения в районе, уровень доходов).

Потенциал будущего магазина (Т1) определяется по формуле (1):

$$A = (T2+T3+T3) / (N2+N3+Nn)$$

$$T1 = N1 \times A \quad (1)$$

где а — значение, которое отражает средний недельный объем продаж на 1 тысячу жителей

T1 — потенциал будущего магазина;

T2, T3, T3, Tn — объем продаж (средний объем продаж);

N1 — число жителей исследуемого района;

N2 — в расчете на 1 тыс. жителей (покупателей)

Расчет точки безубыточности определяется исходя из следующих величин:

- Объем продаж, валовой выручки;
- Постоянные затраты;
- Переменные затраты.

Формула расчета точки безубыточности определяется по формуле (2):

$$ТБ = Р(\text{постоянные издержки}) / 1 - (Р1(\text{переменные издержки}) / V \text{ объем валовой выручки}) \quad (2)$$

где ТБ — точка безубыточности;

Р — постоянные издержки;

Р1 — переменные издержки;

V — объем валовой выручки

Вычислив потенциал и пороговую выручку (исходя из точки безубыточности) можно составить план продаж будущего магазина.

Литература:

1. Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001.
2. Зварич Э. Маркетинг магазина // Альманах «Маленький магазин». — М.: «Имидж-Медиа», 2013, № 3. с. 161.
3. Канаян К. Канаян Рубен. Маркетинговые исследования при открытии магазина [электронный ресурс] | Канаян К. Канаян Рубен. — режим доступа: <http://www.usconsult.ru>, свободный.
4. Морозов Ю. В. Основы маркетинга: Учебное пособие для вузов. — М.: Издательский дом «Дашков И К», 2000—156 с.

Партизанский маркетинг как метод малобюджетного продвижения в системе современных методов управления конкурентоспособностью предприятия

Кузнецова Елена Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент;

Шуянцева Наталья Владимировна, студент

Поволжский государственный университет сервиса (г. о. Тольятти, Самарская обл.)

Авторами раскрывается сущность партизанского маркетинга, предполагающего поступательное установление контакта с целевой аудиторией посредством нестандартных по содержанию сообщений при минимальных финансовых ресурсах. В статье приводятся цель и особенности партизанского маркетинга, отмечаются принципы обеспечения эффективности, достоинства и недостатки данного коммуникационного инструмента. Акцентируется внимание на формировании и развитии направлений партизанского маркетинга, которые в настоящее время используются как самостоятельные инструменты продвижения. В числе наиболее распространенных из них — вирусный и скрытый маркетинг (так называемое «сарафанное радио»).

Ключевые слова: партизанский маркетинг, малобюджетный маркетинг, вирусный маркетинг, скрытый маркетинг, продвижение.

Современные методы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов позволяют принимать объективно необходимые и обоснованные бизнес-решения, направленные на повышение устойчивости предприятий к воздействиям внешней среды и достижение поставленных целей при минимальных предпринимательских рисках. Однако, помимо прочего, обеспечение заданной эффективности управления требует оптимизации комплекса маркетинга, прежде всего, в части используемых средств коммуникаций и расходов на их применение.

Признавая актуальность и значимость имеющихся научных исследований в указанной области, отметим, что на текущий момент одним из наиболее оптимальных способов сокращения маркетингового бюджета является следование тактике, основанной на методах партизанского маркетинга, позволяющей решать такие базовые задачи маркетинга как формирование спроса и стимулирование сбыта.

Партизанский маркетинг (*guerrilla marketing*), который называют также «малобюджетным» или «малозатратным» маркетингом, представляет собой приемы коммуникации, предполагающие поступательное установление контакта с целевой аудиторией посредством нестандартных по содержанию сообщений, способствующих эффективному продвижению своего товара или услуги, привлечению новых клиентов и увеличению прибыли при минимальных финансовых ресурсах [2, 3].

Иными словами, партизанский маркетинг базируется на психологии индивидуума. Его концепция основана на идее, что коммуникации — это сложный многоэтапный процесс, осуществляемый в ходе любых контактов предпринимательских структур с представителями целевой аудитории.

Целью партизанского маркетинга является выявление и разработка методов привлечения потенциальных потребителей и достижение максимальной моментальной

отдачи на единицу вложенных минимально необходимых затрат. При этом сочетание знаний о целевой аудитории, уникального торгового предложения и грамотно подобранных способов контакта с потенциальными потребителями обеспечивают предприятию конкурентные преимущества информационного характера [4].

Таким образом, главная особенность партизанского маркетинга заключается во взаимодействии с потенциальными клиентами в самых неожиданных местах при минимальных затратах. Причем не с точки зрения семантики, а исходя из критерия традиционности инструментов продвижения.

С учетом изложенного можно отметить, что к методам партизанского маркетинга относят нестандартные PR и промоакции, например:

— флешмоб — заранее спланированную, массовую акцию, в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте и в течение нескольких минут выполняет определенные действия, а затем одновременно расходится;

— перформанс — короткое представление, исполненное одним или несколькими участниками перед публикой. Акции перформанса, как и флешмоб, заранее спланированы и протекают в соответствии с четко разработанной программой.

Эффективность партизанского маркетинга во многом обуславливается следующими принципами:

— использование приемов когнитивного характера, основу которых составляет потенциал творческого воображения, а не размер коммуникационного бюджета;

— знание человеческой психологии, позволяющее укреплять отношения с уже существующими клиентами;

— ориентация на увеличение прибыли от продаж, а не их объема;

— обеспечение приоритетного значения качества товаров и услуг, в то время как расширение их ассорти-

мента и дифференциация предложения являются второстепенной задачей;

— отказ от стратегии усиления конкуренции и противостояния с конкурентами, создание и использование возможностей сотрудничества с другими контрагентами рынка для развития бизнеса;

— применение комбинации различных маркетинговых инструментов;

— ориентация коммуникационного воздействия на узкую целевую группу, которая может быть описана одним или несколькими признаками;

— использование первичного контакта как средства формирования доверительной основы взаимоотношений с потенциальными клиентами, обеспечивающей их согласие для последующих контактов и обращений со стороны предприятия, что предполагает выбор определенной частоты сообщений с единообразной информацией, избегая тех, в которых могут содержаться новые данные.

Развитие партизанского маркетинга привело к формированию направлений, которые в настоящее время используются уже как самостоятельные инструменты маркетинга. В числе наиболее распространенных из них — вирусный и скрытый маркетинг (так называемое «сарафанное радио»)[3].

Вирусный маркетинг представляет собой любую стратегию, которая поощряет людей передавать маркетинговое сообщение другим, создавая возможность для экспоненциального роста числа контактов с ним и его влияния. Данный инструмент маркетинга сопряжен, прежде всего, с личным опытом потребителя относительно использования какого-либо бренда.

Распространению вирусного маркетинга способствует растущая популярность всевозможных интернет-сообществ, блог-хостингов и социальных сетей (vkontakte.ru, odnoklassniki.ru, moikrug.ru, liveinternet.ru и т. д.). Кроме того, одна из причин, по которой потребители находят вирусный маркетинг привлекательным, состоит в том, что он, как правило, имеет непрерывный характер, позволяя потребителям самим заранее принимать решение о целесообразности взаимодействия с коммуникацией, вместо того чтобы быть пассивными объектами воздействия.

Результатом такого управляемого пользователем процесса является весьма ценное экспоненциальное представительство с помощью людей, обладающих влиянием, и потребителей — при условии, что предприятие успешно. К достоинствам вирусного маркетинга можно отнести также возможность использования его в тех случаях, когда бренд, товар или услуга не обладают привлекающей всеобщее внимание особенностью (WOW-фактором).

В отличие от вирусного скрытый маркетинг есть комплекс мероприятий, направленных на формирование устойчивого положительного имиджа бренда, товара, услуги или предприятия для всех целевых аудиторий. Его

особенность заключается не в прямой рекламе, а в нерекламном продвижении продукта или услуги, когда информация доводится до потребителя настолько ненавязчиво, что они даже не подозревают о том, что стали объектом коммуникационного воздействия (например, установление контактов и обмен информацией в рамках социальных сетей)[5, 6].

Таким образом, и вирусный, и скрытый маркетинг ориентированы на положительный результат в течение короткого периода времени. Особенно популярны и востребованы они стали благодаря интенсивному развитию и распространению интернет-технологий. Однако, наряду с достоинствами, указанные инструменты партизанского маркетинга имеют и ряд недостатков:

— во-первых, организация таких мероприятий обуславливает значительные затраты времени в силу необходимости подбора людей, способных распространять требуемую информацию и имеющих доступ к целевой аудитории;

— во-вторых, мероприятия вирусного и скрытого маркетинга чрезвычайно сложно контролировать, а именно: невозможно достоверно оценить, сколько человек было оповещено, за какой срок, был ли передан весь объем информации и насколько велики ее искажения. Это в свою очередь актуализирует проблему определения величины адекватного вознаграждения агентов.

Тем не менее, стремительное развитие информационных технологий и активное оперирование ими не только в коммерческой, но и социальной среде обусловило тот факт, что использование инструментов партизанского маркетинга обеспечивает субъектам рыночной активности создание новых возможностей совершенствования маркетинговой деятельности, повышение коэффициента информационного обмена, применение дополнительных инструментов конкурентного взаимодействия.

Данное обстоятельство позволяет рассматривать малобюджетные средства партизанского маркетинга в качестве перспективного элемента маркетинга-микс, который может быть использован предприятиями, прежде всего малыми, как основа маркетинговых коммуникаций, а также в единстве с традиционными средствами продвижения, способствуя более эффективному их функционированию на локальных рынках посредством оптимизации бюджета маркетинга и решения проблем в коммуникационной сфере.

При этом приемы партизанского маркетинга не теряют своей актуальности по мере роста и развития предприятия. Меняются лишь задачи, которые решаются с его помощью и его составляющая в общей совокупности маркетинговых мероприятий.

Таким образом, грамотная комбинация использования инструментов малобюджетного маркетинга позволяет выполнить все задачи, стоящие перед маркетологом в «партизанских» условиях: минимизировать расходы; скрывать свою деятельность от конкурентов; отобрать максимально таргетированную аудиторию; получить наилучшее соот-

ношение полученной прибыли к затраченным ресурсам; в режиме реального времени отслеживать эффективность маркетинговых мероприятий и своевременно вносить необходимые коррективы, способствуя, тем самым, повышению конкурентоспособности субъекта предпринимательской активности на рынке.

Литература:

1. Годин С. Доверительный маркетинг: как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя [Текст] / С. Годин. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
2. Левинсон Дж. Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 432 с.
3. Левитас А. Партизанский маркетинг в вопросах и ответах [Электронный ресурс] / А. Левитас. — Режим доступа: <http://www.levitas.ru/pmdetali.htm#3>. — Дата обращения: 15.01.2014.
4. Михайлов А. Что такое партизанский маркетинг? [Электронный ресурс] / А. Михайлов. — Режим доступа: <http://www.pro-biznes.com/marketing-i-reklama/что-такое-partizanskiy-marketing.html>. — Дата обращения: 15.01.2014.
5. Серновиц Э. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 210 с.
6. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 210 с.

12. СТАНДАРТИЗАЦИЯ, МЕТРОЛОГИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ

Профессиональные стандарты по социальной работе: место и роль в социальной сфере

Макина Анастасия Ивановна, кандидат исторических наук, доцент;
Чмых Кристина Владимировна, студент
Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова (г. Абакан)

В данной статье рассматривается проблема введения профессиональных стандартов, а именно профессиональных стандартов по социальной работе и их место и роль в социальной сфере. Введение профессиональных стандартов по социальной работе обусловлено необходимостью совершенствования социальной политики государства и имеет свою нормативную основу — Указ Президента Российской Федерации и Постановление Правительства Российской Федерации.

Ключевые слова: стандартизация, стандарт, профессиональный стандарт, социальная работа.

На данном этапе развития России существует множество социальных проблем, в том числе, касающихся рынка труда. Прежде всего, к ним относят невозможность многих граждан реализовать свои профессиональные знания, найти такую работу, которая позволяла бы иметь достойную заработную плату, развиваться, строить карьеру. Помимо этого, необходимость изучения профессиональных стандартов по социальной работе обусловлена несколькими причинами: во-первых, отсутствием единого стандарта образования, из-за чего обладатели дипломов разных заведений имеют совершенно разный багаж опыта и знаний; во-вторых, возрастанием потребности в высококвалифицированных специалистах по социальной работе, поскольку возрастает спрос населения на получение квалифицированной социальной помощи. В 2008 году Центр социального прогнозирования и маркетинга (г. Москва) рассчитал тенденцию спроса на период до 2013 года, которая показывает неуклонный рост потребности в образованных, квалифицированных рабочих [1, с. 118]; в-третьих, сейчас по Трудовому кодексу работодатель имеет право провести аттестацию человека на предмет его компетентности, но тогда он самостоятельно должен описать, что это такое. Это бывает трудно для учреждения, которое не обладает достаточным опытом, и могут возникнуть судебные споры. За 2011 год в судах общей юрисдикции было рассмотрено свыше 864 тысяч трудовых споров, а за первое полугодие 2012 года — около 406 тысяч [7]. Появление законодательного поля и определение профессионального стандарта снимет все противоречия и поможет избежать многих судебных разбирательств; в-четвертых, в настоящее время очень остро встает вопрос о сертификации профессиональных квалификаций (в том числе и специалистов в области социального обслуживания населения),

которая невозможна без опоры на профессиональные стандарты. Данное мероприятие будет проводиться на основе уже имеющихся профессиональных стандартов по социальной работе [6]. В США, например, на профессиональных стандартах, основана система сертификации HR-менеджеров, которая действует с 1976 года. Для того чтобы получить сертификат, необходимо сдать экзамен. К нему допускаются специалисты, имеющие как минимум двухлетний опыт работы в области управления персоналом. На экзамене для получения сертификата предлагается пройти тест из 200 вопросов, выбрав правильный вариант ответа из нескольких предложенных [5]. В связи с чем целесообразно изучить место и роль профессиональных стандартов по социальной работе в социальной сфере, посредством сравнения, анализа научной литературы, материалов периодической печати, нормативных правовых документов Правительства Российской Федерации и Министерства труда и социальной защиты.

Прежде чем перейти к анализу понятия профессиональный стандарт, необходимо изучить понятие стандартизация и стандарты в целом. В нашем мире стандартизация продуктов, услуг, процессов деятельности давно приобрела всеобъемлющий характер. Со стандартами мы встречаемся повсюду — и на работе, и в жизни. В России, в справочнике по социальной работе М. А. Гулиной, под стандартом, в широком смысле этого слова, принято понимать образец, эталон, модель, приносимые за исходные для сопоставления с ними других подобных объектов [2]. Общепринятым считается определение понятия стандарта, взятое из документа Международной организации стандартизации. Согласно этому документу, стандарт — технический стандарт или другой документ, доступный и опубликованный, коллективно разрабо-

танный или согласованный и общепринятый в интересах тех, кто им пользуется, основанный на интеграции результатов науки, технологии, опыта, способствующий повышению общественного блага и принятый организациями, полномочными на национальном, региональном и международном уровнях [9]. Благодаря стандартам обеспечивается высокий уровень качества продуктов и услуг, эффективность производственной деятельности организаций и их взаимодействия, возможность обмена информацией в глобальных компьютерных сетях, формирование мирового рынка труда и образовательных услуг и т. д.

Важной тенденцией современного процесса стандартизации является ускорение темпов стандартизации различных видов деятельности человека, а также интеграция и гармонизация всех стандартов в единую систему стандартов информационного общества. Такие стандарты определяют принципиальные качества профессионалов данной области, а также различные требования к их деятельности.

В российских нормативных документах и научной литературе существует несколько определений понятия профессионального стандарта. Профессиональный стандарт (occupational standard) — подробное описание требований к основным функциям, выполняемым работниками [4, с. 7–9]. Профессиональный стандарт — нормативный документ, предназначенный для определения должностных обязанностей работников, планирования их профессионального роста, организации профессиональной подготовки и повышения квалификации соответственно развитию требований к качеству и продуктивности услуг, подбору, расстановке и использованию кадров, а так же обоснованию принимаемых решений при проведении аттестации руководителей и специалистов [3].

Работодателю профессиональный стандарт является основой для: выбора качественного персонала на рынке труда, поскольку он служит основой для определения критериев оценки при подборе и отборе персонала; обеспечения качества труда персонала; обеспечения профессионального роста персонала; поддержания и улучшения стандартов качества в организации через контроль и повышение профессионализма своих работников; повышения мотивации персонала в своей организации; повышения эффективности, обеспечения стабильности и качества труда, а следовательно, высоких экономических результатов

Профессиональный стандарт необходим и работникам социальных служб, поскольку для них он является основой для: определения собственного профессионального уровня и направлений профессионального обучения и совершенствования; эффективного функционирования в учреждении; обеспечения собственной востребованности на рынке труда, сокращения сроков поиска подходящей работы; карьерного роста и увеличения доходов.

Профессиональные стандарты необходимы и для сферы образования в качестве основы для формирования федеральных образовательных стандартов и образовательных программ всех уровней профессионального образования, разработки методических материалов и выборе форм и методов обучения в системе профессионального образования и внутрифирменного обучения персонала. Без профессиональных стандартов не может быть эффективных образовательных стандартов, в случае отсутствия профессиональных стандартов работодатели не могут реально содействовать разработке эффективных и ориентированных на перспективу образовательных стандартов.

Для органов управления образованием профессиональные стандарты создают возможность: сформулировать реальные и измеримые результаты обучения в системе профессионального образования, планировать объемы и профили обучения, определять траектории обучения в течение всей жизни [8, с. 48–49].

Все те проблемы, которые были упомянуты выше, поставили остро вопрос введения профессиональных стандартов, особенно в сфере социального обслуживания населения. С учетом уже имеющегося зарубежного и некоторого российского опыта, в целях решения проблем обеспечения качества рабочей силы и гарантий работникам социальных служб постепенно начинают вводиться профессиональные стандарты, которые представляют собой, по существу, описание квалификационных характеристик для конкретных профессий. В настоящее время Министерство труда и социальной защиты России активно взаимодействует с бизнесом, ожидая заявок на разработку стандартов. Создан экспертный совет для рассмотрения проектов профессиональных стандартов, им же одобрен макет профессионального стандарта специалиста по социальной работе. Активная работа по разработке и внедрению профессиональных стандартов деятельности в различных областях ведется Российским союзом промышленников и предпринимателей. В социальной сфере, инициативу по разработке и реализации профессиональных стандартов взяла на себя Ассоциация работников социальных служб.

Таким образом, разработка и введение профессиональных стандартов по социальной работе в России поможет решить важные вопросы в сфере управления человеческими ресурсами, такие как стандартизация требований к работникам; достижение высоких результатов социальной деятельности; выбор критериев для подбора персонала; унификация требований к профессиональной деятельности социальных работников (в различных регионах, отделениях); развитие мотивации работников к самосовершенствованию; разработка обучающих программ с учетом требований рынка труда; оценка качества обучения в соответствии с требованиями работодателей (на основе проф. стандартов); эффективное управление государственным заказом для системы профессионального образования (определение целей, планирование объемов и профилей обучения).

Литература:

1. Горшков М. А., Шереги Ф. Э. Молодёжь России: социологический портрет. — М.: ЦСПиМ. — 2010. — С. 118.
2. Гулина М. А. Справочник по социальной работе, 2010. — [Электронный ресурс]. URL: <http://www.psyoffice.ru/Словари и энциклопедии> (дата обращения: 10.10.2013).
3. Постановление Министерства труда и социального развития Российской Федерации от 10 октября 2002 г. N 71 «О квалификационных требованиях (профессиональных стандартах) к основным должностям работников туристской индустрии».
4. Привезенцев М. В., Олейникова О. Н. Профессиональные стандарты как основа подготовки конкурентоспособных работников: Методическое пособие. — М.: Альфа, 2007. — С. 7–9.
5. Профессиональные стандарты: международный опыт. — [Электронный ресурс]. URL: <http://www.naloglib.net/008/professionalnye-standarty-mezhdunarodnyi-opyt> (дата обращения: 21.11.2013).
6. Путин В. В. Строительство справедливости. Социальная политика для России// «Комсомольская правда». — 2012. — № 2.
7. Судебный департамент при Верховном Суде Российской Федерации. — [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cdep.ru/Судебная статистика> (дата обращения: 10.10.2013).
8. Фонарев А. Р. Психологические особенности личностного становления профессионала. — М., 2005. — с. 48–49.
9. International Organization for Standardization, 2010. — [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iso.ch> (дата обращения: 10.10.2013).

13. ЭКОНОМИКА ТРУДА

Безработица как одна из глобальных проблем современного мира

Есиева Инна Вячеславовна, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Набережночелнинский филиал

В современном мире, в эпоху глобального экономического кризиса, особенно остро стоит проблема занятости населения. Не случайно безработица и неполная занятость занимают вторую строчку в ТОП-10 глобальных рисков.

По данным доклада Международной организации труда от 21 января 2014 года «Глобальные тенденции занятости в 2014 году», темпы роста занятости остаются низкими, безработица продолжает расти, особенно среди молодых людей, а большое число разочаровавшихся потенциальных работников остаются вне рынка труда. В 2013 году число безработных в мире выросло на 5 миллионов человек и достигло более 202 миллионов. Таким образом, уровень безработицы составил 6 процентов. К 2018 году число людей, ищущих работу, может вырасти на 13 миллионов человек. В 2013 году в странах Центральной и Юго-Восточной Европы, не входящих в ЕС, и странах СНГ тенденция снижения безработицы, отмеченная с пика кризиса 2009 года, изменилась на противоположную, также говорится в докладе МОТ [2].

Что касается Евросоюза, то там безработица выросла за прошлый год почти на полмиллиона человек, а общее количество людей, которые остаются без работы, составляет 19 миллионов 200 тысяч человек. Об этом говорится в официальном отчете, обнародованном Европейской комиссией.

Согласно статистическим данным, безработица в 17 странах еврозоны (Латвия стала 18-м членом еврозоны 1 января 2014 года) за период с ноября 2012 года по ноябрь 2013 года выросла на 452 тыс. чел., а в целом в 28 странах ЕС количество безработных за тот же период выросло на 278 тыс. чел.

Таким образом, безработными в целом ЕС является 26,5 миллиона человек, а в странах еврозоны — 19,2 миллиона работоспособного населения.

Сохраняются традиционные отличия между отдельными странами еврозоны. Самая плохая ситуация с занятостью в Греции, где без работы остаются 27,4 % работоспособного населения, далее идет Испания с показателем 26,7 % безработных. В то же время в Австрии официальный показатель безработицы составляет 4,8 %, а в Германии — 5,2 %.

В России, отражая общемировые тенденции, так же растет безработица. Согласно итогам обследований насе-

ления по проблемам занятости, проводимым в сентябре 2013 года Роскомтсатом, численность экономически активного населения в возрасте 15–72 лет (занятые и безработные) в сентябре 2013 года составила 75,8 млн. человек, или около 53 % от общей численности населения страны.

В численности экономически активного населения 71,8 млн. человек классифицировались как занятые экономической деятельностью и 4,0 млн. человек — как безработные с применением критериев МОТ (т. е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю).

Всего же уровень безработицы в России (отношение численности безработных к численности экономически активного населения) в сентябре 2013 года, составил 5,3 % (без исключения сезонного фактора). Средний возраст безработных составил 35,3 года.

При этом самый низкий уровень безработицы, соответствующий критериям МОТ, отмечается в Центральном федеральном округе, самый высокий — в Северо-Кавказском федеральном округе [2].

Как видно из приведённой статистики, ситуация в России, в целом, намного лучше, чем в среднем по Евросоюзу. Официальный же прогноз Минэкономразвития на 2014 год по безработице составляет 5,7 процента. Тем не менее, по мнению заместителя главы министерства экономического развития и торговли РФ Андрея Клепача, в 2014 году безработица может превысить данный порог. Косвенным подтверждением его слов является речь премьер-министра Дмитрия Медведева на инвестиционном форуме в Сочи, который посоветовал россиянам готовиться к безработице и фактически объявил об отказе государства от поддержки неэффективных предприятий.

«Пора уйти от политики сохранения занятости любой ценой и не бояться сокращения неэффективных рабочих мест. Всех нас ждут не самые простые времена. Кому-то — это может быть довольно значительная часть населения — придется менять не только место работы, но и профессию, и место жительства» — предупредил он [5].

Следует отметить, что многие эксперты считают, что уровень реальной безработицы существенно расходится с декларируемой.

Так, например, директор Института проблем глобализации Михаил Делягин считает, что такие низкие по-

казатели уровня безработицы в России вполне объяснимы. «Зарегистрированная безработица в России считает только тех людей, которые пришли на биржу труда и встали на учет, — пояснил М. Делягин. — Вероятность найти нормальную работу там очень мала, а проблем с оформлением много, естественно, люди туда не ходят. Поэтому разница между фактической безработицей и зарегистрированной получается существенной, и можно с уверенностью сказать, что на бытовом уровне наш показатель намного выше, чем у европейцев». Вторая причина, по которой ситуация с занятостью у нас выглядит лучше, чем на Западе, довольно простая — быть безработным в Европе гораздо выгоднее, чем в России. «Наши пособия по безработице просто несравнимы, — продолжает Михаил Делягин. — Если там на эти деньги вполне можно существовать, то в России вы едва ли сможете на них выжить». Действительно, по данным департамента труда и занятости населения города Москвы, средний размер начисленного пособия за февраль 2013 года составил 2 тыс. 929 руб. Для сравнения: во Франции порог — 6 тыс. 161 евро, а размер выплат равен 57,4 % от средней зарплаты перед увольнением. В Германии — 60 % от средней зарплаты, но не более 2 тыс. 215 евро, а в Швейцарии — и вовсе 80 % от последнего заработка (потолок — 6 тыс. 986 тысяч евро в месяц).

Поддерживать низкий уровень безработицы в России позволяют также «особенности» в организации труда, иницируемые работодателями, и различия в экономической структуре в целом. «Дело в том, что наш работодатель предпочитает не увольнять персонал, а снижать заработную плату, — говорит заместитель директора Института мировой экономики и международных отношений Евгений Гонтмахер. — Это консервирует рабочие места, снижает мотивацию и является одной из причин неэффективного развития экономики.

В Европе действуют наоборот: избавляются от ненужных рабочих мест и открывают более оптимизированные вакансии. За счет этого у них происходит быстрый оборот рабочей силы, люди являются безработными недолго. Уволенный человек идет получать новую квалификацию и устраивается на работу с зарплатой в несколько раз выше. У нас же держатся за свои места, как в СССР, — процесс обновления кадров и их переобучения не двигается. К тому же постоянно уменьшается количество трудоспособного населения». На последнюю проблему обращает внимание и бывший министр финансов Алексей Кудрин. «Низкая производительность труда — главная проблема российской экономики, — заявил он. — Когда мы говорим, что у нас низкая безработица, нужно понимать, что это не заслуга быстрого развития экономики, а проблема сокращения численности работоспособного населения на 200–300 тысяч человек ежегодно».

В конце концов, официальные показатели российской безработицы зависят от многих других факторов,

присущих политической и экономической ситуации в стран [8].

Тем не менее, проблемы безработицы коснулись стран всего мира. И в связи с тем, что прогнозы о состоянии рынка труда в мире неутешительны, многие страны вынуждены принимать специальные программы, направленные на улучшение ситуации в этом секторе. Так, например, при согласовании Европарламентом, Европейским советом и Еврокомиссией согласовали бюджет Евросоюза на 2014 г. в объеме 135,5 млрд евро, приоритетными сферами финансирования, наряду с развитием, инновациями и гуманитарной помощью, явилась и безработица [2].

Что касается России, то ситуация усугубляется тем, что формирование рыночных отношений в социально-трудовой сфере происходит на фоне структурных преобразований, затрагивающих все сегменты и сектора экономики. Серьезные изменения происходят в отраслевом распределении рабочей силы, мотивационной роли заработной платы в денежных доходах населения и выборе сферы деятельности, количественно-качественной дифференциации рабочих мест по условиям занятости, трудовой мобильности, профессионально-квалификационному уровню, взаимодействию органов государственного регулирования рынка с предприятиями-работодателями и теневым сектором занятости. Эти проблемы приходится решать наряду с последствиями мирового экономического кризиса.

Главную роль в создании необходимого рынка труда, несомненно, должно играть государство. И, в первую очередь, необходимо создать благоприятный климат и условия для инвестиций в новые технологии, что позволяет создать высокооплачиваемые места. Кроме того, необходимо больше внедрять программы переобучения работников, в том числе и за рубежом, оказывать поддержку малому и среднему бизнесу, создавать программы переселения семей на новое, перспективное с точки зрения занятости, место жительства.

Правительством России уже предпринимаются меры содействию снижения безработицы. Так, распоряжением Правительства РФ от 22 ноября 2012 года № 2149-р утвержден план реализации Государственной программы РФ «Содействие занятости населения» на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов».

Как отмечается в материалах на сайте правительства, план реализации государственной программы предусматривает мероприятия, направленные на:

— совершенствование законодательной и нормативной правовой базы, регулирующей вопросы содействия занятости населения, привлечения и использования на территории России иностранной рабочей силы, разработки профессиональных стандартов, модернизации системы оплаты труда и улучшения условий труда на рабочих местах;

— разработку и использование прогнозных показателей состояния рынка труда (прогноз баланса трудовых ресурсов), совершенствование системы информирования населения, в том числе иностранных граждан, о возмож-

ностях трудоустройства;

— осуществление государственного контроля и надзора за соблюдением трудового законодательства, усиление ответственности работодателей за нарушение законодательства об охране труда, а также ответственности иностранных работников за осуществление незаконной трудовой деятельности.

Реализация плана осуществляется Минтрудом России, ФМС России и Рострудом.

Действительно, главную роль в создании необходимого рынка труда, несомненно, должно играть государство. И, в первую очередь, дополнительно необходимо создать благоприятный климат и условия для инвестиций в новые технологии, что позволяет создать высокооплачи-

ваемые места. Кроме того, необходимо больше внедрять программы переобучения работников, в том числе и за рубежом, оказывать поддержку малому и среднему бизнесу, создавать программы переселения семей на новое место жительства [7].

Все эти меры необходимо реализовывать в ближайшее время. Ведь, по мнению генерального директора МОТ Гая Райдера, сейчас мир переживает самый жесткий экономический кризис со времен 30-х годов прошлого века. «Экономика России продолжает расти, безработица находится на сравнительно низком уровне», — подчеркнул Гай Райдер. И все же, по словам генерального директора МОТ, у России нет иммунитета от мировых кризисных явлений. [3]

Литература:

1. Безработица среди молодежи зашкаливает // Российская газета: сетевой журн. 2013. 17 июля. URL: <http://www.rg.ru/2013/07/17/bezrobotiza-site.html> (дата обращения 30.01.2014).
2. Борьба с безработицей стала приоритетом в бюджете ЕС на 2014 г. // Новости всемирной сети: сетевой журн. 2013. 12 ноября. URL: <http://news-w.com/63139-15441/n/63138-57673/> (дата обращения 31.01.2014).
3. Генеральный директор МОТ встретился с лидерами профсоюзов России // Профсоюзы сегодня: профсоюзн. информ. портал. 2012. 11 декабря. <http://www.unionstoday.ru/news/ktr/2012/12/11/17568> (дата обращения 30.01.2014).
4. Глобальные тенденции занятости в 2014 году. Низкие темпы восстановления экономики не позволяют улучшить ситуацию с занятостью. [Электронный ресурс] // Международная организация труда. 2014. 22 янв. URL: <http://www.ilo.org/public/russian/region/europro/moscow/news/2014/0121.htm> (дата обращения 30.01.2014).
5. Малышева Е. Время сложных решений. Московские новости. 2013. 1 октября.
6. Генеральный директор МОТ встретился с лидерами профсоюзов России / Профсоюзы сегодня: профсоюзн. информ. портал. 2012. 11 дек. URL: <http://www.unionstoday.ru/news/ktr/2012/12/11/17568> (дата обращения 30.01.2014).
7. Утвержден план реализации программы содействия занятости населения на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов. [Электронный ресурс] // Гарант. 2013. 24 июня. URL: <http://www.garant.ru/news/480301/#ixzz2ryhSi1I7>. (дата обращения 31.01.2014).
8. Чуракова О. Базар труда. Новые известия. 2013. 11 марта.

14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Организация контроллинга в организации (на примере Открытого акционерного общества «Научно-производственная корпорация «Уралвагонзавод»)

Белоусов Сергей Орестович, магистрант

Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

Изменения, происходящие на российском рынке, в условиях жесткой конкуренции вынуждают наших предпринимателей большое внимание уделять качеству продукции. С одной стороны, рынок дает возможность полной юридической и экономической самостоятельности от других субъектов хозяйствования, с другой — формирует стихийную постоянно меняющуюся внешнюю среду. В этих условиях наиболее актуальным фактором становится принятие верных, научно обоснованных управленческих решений, помогающих организации выжить, достичь запланированных целей, сохранить конкуренцию на рынке в течение длительного времени.

В экономически развитых странах важным функционально обособленным направлением экономической деятельности, усовершенствования управленческого процесса в организации, становится контроллинг. Он появляется в условиях меняющейся организационной стратегии управления, направленной на реагирование динамично совершенствующихся факторах хозяйствования. Данное понятие пришло в Россию из Германии. Оно более широкое, чем «управленческий учет» и включает в себя всю картину управления процессом достижения результатов.

Экономическая среда сегодня не стабильна. Научно — технический прогресс будет вынуждать современные предприятия машиностроения становиться более сложными системами. Для управления данными системами нужны новые методы, отвечающие вызовам внутренней и внешней среды организации.

До сих пор в мировой и отечественной практике не сформировали единого определения «контроллинг», его сущности. Вместе с тем, в настоящее время делаются попытки выделить основные элементы контроллинга:

1. Главная цель контроллинга — улучшение механизмов принятия управленческих решений.

2. Основная функция контроллинга — объединение, активизация прогнозирования, регулирование, координация процессов планирования, контроля в организации.

3. Основная задача контроллинга — целенаправленное, результирующее информационное и методиче-

ское сопровождение процессов производственной деятельности.

4. Специфика функции и задач контроллинга конкретизирована и полностью зависит от типа производств на ОАО НПК «Уралвагонзавод».

Обобщая существующую практику использования контроллинга на «Уралвагонзаводе», можно выделить ряд общих его функций и задач:

1) В сфере учёта:

— становление системы сбора, анализа, обработки, хранения информации;

— формирование базы ведения системы внутреннего учёта;

— улучшение методик и показателей оценки деятельности организации и её подразделений.

2) В сфере планирования:

— информационная поддержка заинтересованным подразделениям организации при составлении базисных планов;

— создание и улучшение методов системы планирования;

— фиксация потребности в информации и хронометрирование отдельных этапов процесса планирования;

— координация процесса, связанного с обменом информацией;

— регулирование отдельных планов предприятия по времени и составу и структуре;

— организация аудита предлагаемых планов на реализуемость;

— создание команды и ее дальнейшее участие в составлении сводного плана предприятия.

3) В сфере контроля и регулирования:

— выявление показателей и критериев, контролируемых во временном и содержательном параметрах;

— соотношение плановых и фактических величин для измерения и оценок возможностей для достижения цели;

— выяснение пределов отклонений показателей;

— оценка отклонений, выяснение причин фактических отклонений от плановых величин и разработка предложений для снижения отклонений.

4) В сфере информационно-аналитического обеспечения:

- презентация цифровых материалов;
- аналитика (оценка) и сбор важных и достаточных для принятия управленческого решения показателей;
- выявление наиболее целесообразных способов и механизмов планирования, контроля и принятия решений;
- создание эффективной системы деятельности информационной системы.

В настоящее время в организациях существует несколько видов его применения — контроллинг, выполняющий бухгалтерские функции; а также контроллинг высших органов управления. Изучая контроллинг на практике и в научной литературе, можно выделить следующие примеры применения службы контроллинга.

1. Контроллинг включается в структуру высшего органа управления, размещаясь на начальном (низшем) уровне управления. Здесь он «приобретает» своеобразную независимость в организационной структуре, что делает возможным с определенной полезностью исполнять все свои функции. Негативным фактором можно считать отсутствие учета возможного конфликта с другими службами, находящимися на одном организационном уровне; в результате прямого подчинения контролера снижается степень критичности.

2. При нахождении на втором уровне управления контроллинг в области финансовых служб выполняет линейную функцию — эта зависимость вызывает сильные затруднения при выполнении его задач, приводит к «выпячиванию» в его деятельности финансовых составляющих. Кроме того, ставится под сомнение независимость контроллинга от интересов отдельных функциональных подразделений. Завоевывая информацию, службы финансов начинают влиять на информационные потоки, что не может не привести к конфликту с другими службами.

3. Контроллинг, выполняющий штабную функцию при высшем органе управления, весь выносится за границы функциональных служб и подчиняется только руководству организации. Это в значительной степени повышает степень его независимости при осуществлении координационно-информационной функции. Вместе с тем, контроллинг освобождается от нагрузки в решении управленческих проблем внутри своей службы и может сосредоточиться на общих проблемах организации. Штабная функция контроллинга определяет тесную связь права контроля деятельностью других служб и выдвигаемых к ним требованиям. Контролер не применяет распоряжений, он может лишь предлагать и советовать.

Очевидно, что предпочтительными остаются первый и третий пункты — функции и задачи контроллинга по своей природе штабные, а главенство над другими службами не становится главным распорядительным правом.

Наряду с очевидными преимуществами контроллинга, можно выделить и ряд его недостатков:

авторитет службы контроллинга снижается при необходимости постоянного обращения штаба за помощью и поддержкой к высшему менеджменту;

— эффективность работы контроллинга будет снижаться при возникновении требований принятия самостоятельных решений;

— кроме центрального контролера в средних и крупных по масштабу организациях служба контроллинга может состоять из контролеров других подразделений, что приводит к децентрализации функции контроллинга при возникновении самых различных ситуаций функционального и дисциплинарного подчинения контроллинга.

1. Полную централизацию деятельности контроллинга и высокую степень самостоятельности контролеров служб от руководителей данных служб отражает именно функциональное и дисциплинарное подчинение контролеров центральному контролеру. Несомненно, в этом случае очевидны проблемы — менеджмент подразделений может не признать деятельность контролеров и отказать от работы с ними, что в последствии скажется на эффективности их деятельности. Очевидно и то, что данная структура в результате концентрации личных интересов службы контроллинга приведет к значительным координационным проблемам в организации.

2. Функциональное подчинение центральному контролеру других контролеров при дисциплинарном подчинении менеджменту соответствующих служб приводит к тому, что контролеры служб становятся в высокой степени автономными внутри службы контроллинга. Центральный контролер может лишь формулировать условия осуществления координационной деятельности возникшего децентрализованного процесса в принятии решений. Отношения контролеров с менеджментом соответствующих служб будут отличаться интенсивностью коммуникаций и коопераций, что плодотворно скажется при реализации общей системы целей организации. Снижать эффективность деятельности контролеров при распределении полномочий могут стать конфликты, возникающие из-за их двойного подчинения.

3. Дисциплинарное подчинение контролеров центральному контролеру при функциональном подчинении менеджменту соответствующей службы последний принимает на себя кадровые вопросы в отношении контролеров отдельных служб. Координация и регулирование полномочий власти напоминают предыдущий вариант. Но при этом функциональное подчинение контролеров непосредственно самим службам вызывает вопросы о возможности эффективной координации управления всей организацией.

4. Функциональное и дисциплинарное подчинение контролеров менеджменту соответствующих служб будет создавать контролерам служб высокую степень самостоятельности от центрального контролера. Вместе с тем, при этом они сильно зависят от руководителей служб — это, в свою очередь, приведет к превосходству частных интересов служб над общими. Значит, эффективность деятельности контроллинга станет резко снижаться.

Выбор конкретного варианта будет зависеть от учета специфики организационной структуры организации. Очевидно, что лучший координационный эффект будет обеспечивать частичная децентрализация «2 и 3» в сравнении с полной централизацией «1» или децентрализацией «4» контроллинга. Децентрализация контроллинга будет вынуждать контролеров систематически проводить собрания с целью создания общей платформы или базы для координации их работы.

Не надо также забывать, что к важным факторам организационного оформления контроллинга относятся размеры корпорации, ее правовая и организационная форма, масштабы роста и деятельности, программа развития, инновационность, концепция управления, воздействие внешней среды и экономическое положение.

На основании вышесказанного, установлено, что контроллинг на ОАО НПК «Уралвагонзавод» является сложной системой и включает в себя различные элементы. Основное его предназначение — направлять систему управления организации на достижение выбранных целей. Интегрированный характер контроллинга формирует целостную картину организации в прошлом, настоящем и будущем, реализует комплексный подход к обнародованию проблем.

Система контроллинга в данной организации состоит не только из аналитических критериев и выводов. В ее ос-

нове — персонал, составляющий структуру предприятия. Для наиболее эффективной работы должна создаваться сильная команда (группа аналитиков), призванная создавать общее понимание в приемах контроллинга (стандарт контроллинга).

При любой альтернативе внедрения деятельность системы контроллинга должна быть основана на экспертной диагностике финансово-хозяйственного состояния организации. Его оперативная диагностика дает оценку ключевым сферам деятельности организации; анализирует не только его финансовое состояние, но и материальные потоки, безубыточность, оценивает риск и дает предложения по управлению рисками.

Контроллинг включает в себя весь спектр научных дисциплин — менеджмент, кибернетика, экономическая теория и т. д. Это позволяет менеджеру развивать способности к аналитическому мышлению, расширять кругозор и память. Нет готовых решений тех или иных экономических проблем. Причем, они, как правило, всегда нестандартны и неповторимы в условиях ограниченного времени.

Контроллинг предлагает менеджменту и отдельному руководителю на предприятии смелые подходы, учит их применять на практике весь накопленный багаж знаний для творческого поиска управленческих решений в условиях внезапности и неопределенности.

Формирование корпоративной культуры в социальных учреждениях

Гринченко Ульяна Евгеньевна, магистрант

Кубанский государственный университет, филиал в г. Славянске-на-Кубани (Краснодарский край)

Существенные изменения в социально-экономической жизни страны привели к серьезным изменениям в подходах к управлению современными организациями и трудовыми объединениями. Повышение корпоративности профессионального мировосприятия работников — одно из свидетельств зависимости успешности управления от типа и уровня развития корпоративной культуры организации, от ее динамики, позитивных изменений в ее традициях, ценностях, идеологии и философии, поэтому современному руководителю необходимо владеть механизмами данных изменений и уметь грамотно их осуществлять [1, с. 23].

Актуальность проблемы исследования механизма формирования корпоративной культуры укрепление социальных учреждений в современной системе управления противоречия:

— между уровнем развития проблемы механизма развития корпоративной культуры и реалиями современной жизни, в которых осуществляется управленческая деятельность;

— между уровнем профессиональной компетентности руководителей в вопросе реализации механизма

развития корпоративной культуры;

— между разработанными психологической наукой технологиями реализации руководителем механизма развития корпоративной культуры и конкретными способами осуществления данного механизма, применяемыми руководителями в управленческой практике.

Тема корпоративной культуры социальных учреждений особенно актуальна сегодня в России, учитывая активное развитие социальных учреждений. Система взаимоотношений, норм, микроклимат появляются в социальных учреждениях в том или ином виде. В будущем следует расширить сознательное формирование корпоративной культуры социальных учреждений.

Объект исследования: корпоративная культура социальных учреждений.

Предмет исследования: процесс формирования корпоративной культуры социального учреждения.

Целью работы является изучение формирования корпоративной культуры социальных учреждений и создание рекомендаций для социальных учреждений по развитию корпоративной культуры социальных учреждений.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть проблемы развития корпоративной культуры в современной России.
2. Рассмотреть специфику корпоративной культуры общественных организаций.
3. Провести анализ формирования корпоративной культуры в социальных учреждениях на примере реабилитационного центра «Росинка» в ПГТ Ахтырском.

Методы исследования:

Наблюдение, интервью, анкетирование, тестирование, анализ.

Ключевой проблемой современной России является повышение общей культуры социально-экономического управления, развитие профессиональной идентичности через формирование корпоративной культуры современного общества.

Преобразования, происходящие сегодня в России — это не столько экономические преобразования, сколько преобразования типа культуры, существующей в обществе. Без изменения существующей корпоративной культуры в учреждениях со старыми ценностями, такими как дисциплина, иерархия и власть, зачастую невозможно создание новой системы управления с другими ценностями — участие, раскрытие личности и индивидуальный подход к личности сотрудника, творческое мышление. Управление развитием возможно только на основании корпоративной культуры, т. к. именно ценностные составляющие, а также отношение к ним будут определять его направление. Эффективность деятельности — основная цель любой корпорации, независимо от её организационно-правовой формы и отраслевой принадлежности [1, с. 22].

Понятие «социальное учреждение» используется в различных источниках в довольно широком смысловом диапазоне. Социальные службы — предприятия и учреждения, независимо от форм собственности, предоставляющие социальные услуги, а также граждане, занимающиеся предпринимательской деятельностью по социальному обслуживанию населения без образования юридического лица [2, с. 22].

Управленческие и организационные отношения тесно связаны между собой и представляют единое целое. Важной задачей социального управления и является поддержание целостности таких отношений, благодаря чему само социальное управление становится эффективней, а достижение целей быстрым и своевременным. Таким образом, система управления включает в себя взаимоотношение субъекта и объекта управления. Где субъект управления целенаправленно воздействует на объект, который в свою очередь контролирует выполнение управленческих решений и обеспечивает обратную связь, определяя, тем самым, целостность управленческих и организационных отношений, которые возникают в процессе управленческой деятельности. Сейчас характер социального управления существенно изменился, предпочтение отдаётся

культурным, нравственным, научным регуляторам [3, с. 8].

Таким образом формирование эффективной корпоративной культуры — это тоже всегда процесс, который должен быть спланированным и организованным, должен контролироваться и мотивироваться. Очень важно, чтобы этот процесс не был односторонним, в него должны быть вовлечены сотрудники всех входящих в корпорацию организаций. Изменить культуру — значит изменить стереотипы, знания и умения сотрудников [4, с. 15].

Итак, специфика развития корпоративной культуры социальных учреждений заключается в важности преобладания у сотрудников гуманистических ценностей в связи с особенностью деятельности. Также важны и общие, важные для любой корпоративной культуры ценности.

Становление системы ценностей социального работника может быть достигнуто путем целенаправленного обучения социальной работе, носящего тренинговый характер. В процессе данного обучения происходит оптимизация психологических оснований, определяющих эффективное становление и развитие ценностной системы социального работника.

Исследование было проведено на базе реабилитационного центра «Росинка» в ПГТ Ахтырском. В центре содержатся дети инвалиды, ДУчет, в возрасте от 3 до 18 лет.

Как и во многих современных организациях, в реабилитационном центре существует своя культура, которая включает в себя определенные нормы, ценности и т. д. Согласно результатам опроса сотрудников было выявлено, что в данном учреждении существуют ценности и нормы, общие для всех, но как таковая корпоративная культура если она и существует, то на ранней стадии развития. Под корпоративной культурой персонал понимает дружеские взаимоотношения с коллегами, благоприятный психологический климат, вера в свои силы, групповую работу, возможности профессионального роста, материальные льготы и вознаграждения.

Для анализа корпоративной культуры этого социального учреждения использовались методы наблюдения, опроса, тестирования, анкетирования с дальнейшими обработкой и анализом собранной информации. По результатам анализа уровень организационной культуры средний, психологический климат в организации оптимальный, в коллективе дружественные отношения, налицо недостаток финансирования учреждения.

В ходе исследования мы определили:

1. Ценности-цели:

— сохранение культурных традиций через преемственность поколений на основе духовно-ценностной ориентации;

— добросовестное и компетентное исполнение своих профессиональных обязанностей на основе личной ответственности за свои успехи и достижения в профессиональной сфере.

2. Ценности-средства:

- профессиональная карьера (успех, достижения, признание);
- желание работать в выбранной профессиональной сфере;
- достижение высокого социального статуса в коллективе;
- признание и уважение других людей;
- самооценка, самоуважение;
- социальная активность;
- здоровый образ жизни.

Данные ценности реализуются в конкретных корпоративных нормах и принципах:

1. Постоянное развитие и совершенствование.
2. Оптимизм.
3. Взаимная поддержка, умение работать в команде.
4. Ответственность.
5. Профессионализм.

Определяются ценности организации поэтапно, на рефлексивной основе происходит принятие ценностей всем коллективом; формируется отношение к ним путем создания норм, правил, традиций; опора на корпоративную культуру становится основой управленческой деятельности реабилитационного центра.

На основании проведенного анализа можно сказать, что корпоративная культура реабилитационного центра «Росинка» в ПГТ Ахтырском находится на низком уровне развития и нуждается в совершенствовании, в частности посредством использования методов групповой работы, а также проведения внутреннего обучения.

В результате проведенного анализа развития корпоративной культуры в социальном учреждении на примере реабилитационного центра «Росинка» в ПГТ Ахтырском, мы можем дать следующие рекомендации по улучшению развития корпоративной культуры в социальных учреждениях:

Проведение учебных программ не реже 1 раза в 3 месяца: тренинги на командообразование, стрессоустойчивость, на асертивность.

1. Проведение корпоративных праздников.
2. Разработка мотивационных программ нематериального стимулирования труда.

Литература:

1. Влияние корпоративных ценностей на развитие российской государственной службы // Сб. материалов X международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых МГУ. Москва. 2003.
2. Дугина О. Корпоративная культура и организационные изменения // Управление персоналом. — 2000 — № 12.
3. Уайт У. Организационный человек // Личность. Культура. Общество — 2002, Т.4, Вып.3–4 (13–14); 2003.
4. Спивак В. А. Корпоративная культура: Теория и практика СПб. [и др.]: Питер, 2001

Заключение

В данной работе мы рассмотрели вопрос о развитии корпоративной культуры в социальных учреждениях. Мы рассмотрели проблемы развития корпоративной культуры в современной России.

Мы проанализировали развитие корпоративной культуры в социальных учреждениях на примере реабилитационного центра «Росинка» в ПГТ Ахтырском.

Корпоративная культура представляет собой большую область явлений материальной и духовной жизни коллектива: это доминирующие моральные нормы в нем и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, традиции, которые формируются с момента образования организации и разделяются большинством ее сотрудников.

Мы считаем, что в будущем следует расширить сознательное формирование и постоянное изменение корпоративной культуры в соответствии окружающему миру, времени. Корпорация представляет динамичный, изменяющийся во времени организм, вопрос только в том, как контролируются эти изменения, хотя еще эффективней будет если положительные изменения в соответствии окружающему миру, времени будут изначально вложены, запрограммированы в корпоративную культуру; на наш это наиболее реалистичное направление развития корпоративной культуры и её изучения, требующего так же более конкретизированного научного аппарата.

В результате проведенного исследования, были сделаны следующие выводы:

- корпоративная культура является мощным инструментом в совершенствовании менеджмента современной организации;
- корпоративная культура реабилитационного центра как социального учреждения развита на невысоком уровне и требует совершенствования.

Если организация не участвует в процессе формирования организационной культуры, не придает ей должного значения, то она обречена на провал, так как выжить в современных рыночных условиях организация может только с сильной сплоченной командой всего персонала, то есть с эффективной корпоративной культурой.

Современные информационные системы для проведения стратегического анализа при управлении организацией

Кучер Виктория Игоревна, студент магистратуры;
Шевченко Валентин Васильевич, студент;
Давлетьяров Рустам Зуфарович, студент;
Оренбургский государственный университет

Актуальность данной статьи обусловлена: 1) необходимостью отслеживания изменений в среде хозяйствования, принятие своевременных и адекватных проблемам деятельности — управленческих решений, нацеленных на рационализацию процессов, имеющих стратегическую направленность и в целом повышение конкурентоспособности деятельности; 2) развитием современных информационных систем и технологий применяемых при проведении стратегического анализа. Целью данной статьи является рассмотрение информационных систем, которые могут быть полезны руководителям различного уровня при проведении стратегического анализа, как основного инструмента формирования будущей деятельности организации. Специфика статьи заключается в том, что были рассмотрены различные пакеты программ, наиболее подходящие к тому или иному этапу стратегического анализа.

Стратегический анализ является одним из первых и важных этапов при выборе эффективной стратегии, и позволяет дать оценку собственным ресурсам и возможностям применительно к состоянию и потребностям внешней среды. На его основе происходит определение стратегических ориентиров при принятии долгосрочных управленческих решений, качество которых в значительной степени зависит от качества их аналитического обоснования

Разносторонность и многовариантность современных информационных технологий даёт возможность руководителям различного уровня подбирать необходимые для своей работы инструменты сбора, обработки и анализа информации, сформировывать индивидуальные пакеты необходимых программ, позволяющих автоматизировать деятельность руководителя.

Представляется необходимым рассмотреть несколько программных продуктов, специфика выбора которых будет зависеть от этапа стратегического анализа. А именно, рассмотрим ряд программ, одни из которых будут эффективны при анализе внешней среды, другие при оценке внутреннего потенциала, а некоторые программы рекомендованы к применению при комплексном анализе.

Следует отметить, что с целью эффективной работы с информацией при проведении стратегического анализа целесообразно автоматизировать данный процесс. Для этого рекомендуется внедрение информационной технологии обработки данных, которая будет достаточно гибкой, и сможет работать на основе выбранных программных продуктах, в зависимости от этапа стратегического анализа.

Для анализа внешней среды, на наш взгляд, наиболее подходящим программным продуктом является программа «Мегаплан». Остановимся подробнее на характеристиках и особенностях данной программы.

Программа «Мегаплан» является продуктом, предлагаемым компанией с одноимённым названием. Компания «Мегаплан» — один из лидеров среди SaaS-провайдеров на российском рынке. Был создан в 2006 году Михаилом Уколовым и Михаилом Смоляновым.

SaaS (англ. software as a service — программное обеспечение как услуга; также англ. software on demand — программное обеспечение по требованию) — бизнес-модель продажи и использования программного обеспечения, при которой поставщик разрабатывает веб-приложение и самостоятельно управляет им, предоставляя заказчику доступ к программному обеспечению через Интернет.

Основное преимущество модели SaaS для потребителя услуги состоит в отсутствии затрат, связанных с установкой, обновлением и поддержкой работоспособности оборудования и работающего на нём программного обеспечения.

В рамках SaaS Мегаплан представляет линейку универсальных программных решений, которые позволяют управлять задачами и поручениями, следить за их выполнением, хранить базу данных сотрудников компании, вести историю клиентов и т. п.

Мегаплан работает на основе облачной инфраструктуры, которая в свою очередь может развёртываться на частное, публичное, гибридное или общественное облако. Для небольших организаций целесообразней использовать частное облако, так как оно имеет наиболее подходящие характеристики, а именно, частное облако предназначено для использования одной организацией, включающей несколько потребителей возможно также клиентами и подрядчиками данной организации. Частное облако может находиться в собственности, управлении и эксплуатации как самой организации, так и третьей стороны (или какой-либо их комбинации), и оно может физически существовать как внутри, так и вне юрисдикции владельца.

Вышеописанная характеристика частного облака подразумевает возможность работы в программе через любую точку доступа в интернет, т. е. сотруднику нет необходимости проводить мониторинг внешней среды находясь на рабочем месте, так как он может отметить полезную, с его точки зрения информацию, в не зависимости от места нахождения при условии наличия сети интернет.

Мегаплан является полноценной, самостоятельной программой, с помощью которой можно вести всю необходимую деятельность организации по ведению финансов, контролю, планированию и т. д. Однако, если рассматривать с учётом специфики стратегического анализа внешней среды, то программа Мегаплан будет наиболее удобна, так как она позволит создать различные базы данных.

При автоматизации анализа внешней среды целесообразно взять за основу метод PEST — анализа, в котором предполагается формирование баз данных для последующего распределения и анализа. Для внедрения подобной технологии автоматизации PEST — анализа в программе Мегаплан изначально заложен необходимый функционал, а именно:

- хранилища документов и базы данных в разделах «Документы», «Клиенты»;
- обсуждение рабочих и бытовых вопросов в разделе «Обсуждения», при этом, здесь же могут проходить обсуждения, касающиеся новостей политики, экономики, конкурентов;
- мгновенная рассылка и история переписки в разделе «Сообщения» позволит оперативно информировать сотрудников;
- конструктор отчётов в разделе «Отчёты» позволит автоматически создать общий вид таблицы PEST — анализа, необходимую для анализа внешней среды.

Следующим этапом стратегического анализа является оценка внутреннего потенциала организации. На наш взгляд для данного этапа в любых коммерческих организациях уже есть некоторые данные, а именно это информация по сотрудникам, базы данных клиентов и годовые отчёты, которые формируются при помощи программы «1С: Бухгалтерия». При подборке программы для этапа внутреннего потенциала можно взять за основу программу «1С:Управление небольшой фирмой 8», которая также позволит решить проблему недостаточного функционала лицензированного программного продукта.

Акцентируем внимание на возможность создания баз данных внутренней информации с помощью «1С: Управление небольшой фирмой 8».

В программе «1С:Управление небольшой фирмой 8» регистрируются как уже совершенные, так и планируемые хозяйственные операции и события. Например, обязательства перед клиентами, заказы покупателей, состояние заказов, задания сотрудников, планируемая загрузка ресурсов предприятия, планы-графики выполнения работ, планы продаж и много другое.

В единой информационной базе содержится:

- база клиентов,
- банковские и кассовые операции, клиент-банк, платежный календарь,
- расчеты с контрагентами, персоналом,
- учет материалов, товаров, продукции,
- заказы клиентов, заказы-наряды,
- планирование и учет выполнения работ и оказания услуг,
- планирование и учет производственных операций,
- планирование загрузки ресурсов предприятия,
- торговые операции, в том числе розничные продажи,
- учет персонала, расчет управленческой заработной платы,
- учет затрат и расчет себестоимости,
- имущество, капитал,
- доходы, расходы, прибыли и убытки
- финансовое планирование (бюджетирование) и т. д.

В программе предусмотрено оформление практически всех первичных документов торгового, складского и производственного учета, а также документов движения денежных средств.

Широкий спектр отчетов обеспечивает владельцам, руководителям и сотрудникам возможность быстро получать информацию — в удобной для работы и принятия решений форме, с требуемой оперативностью и детализацией.

Программа не предназначена для ведения бухгалтерского и налогового учета — для этих целей можно использовать «1С:Бухгалтерию 8», в которую автоматически передается необходимая информация из налоговой системы.

Программу можно использовать для нескольких компаний или частных предпринимателей — как независимых, так и работающих в рамках одного бизнеса. При изменении масштабов и структуры бизнеса, подходов к управлению или организации работ программа может быть перенастроена без больших затрат времени и денег. Рекомендуемое число рабочих мест — от одного до десяти.

Для небольших организаций можно организовать простой и безопасный доступ к созданным базам через Интернет, используя сервис удаленного подключения «1С:Линк», <https://link.1c.ru>. При необходимости можно в любой момент изменить режим работы — например, перенести информационную базу из Интернета на локальный компьютер или, наоборот, загрузить данные из локальной программы в Интернет. Такие возможности ещё раз подчёркивают гибкость программного продукта.

Из описания программы «1С:Управление небольшой фирмой 8» видно, что её функциональные возможности подходят для внедрения информационной технологии на основе SNW — анализа, которая приведёт имеющуюся информацию из баз данных в формализованный вид SNW — таблицы. Следует отметить, что для такой автоматизации потребуется работа ИТ — специалиста или

программиста, хотя, многообразие современных информационных технологий указывает на возможность различного рода трансформации данных, их преобразование и систематизация.

Для проведения третьего этапа стратегического анализа необходимо подобрать программу, которая позволит обеспечить доступ к информации, необходимой для заполнения таблицы SWOT — анализа, так как именно этот метод даёт возможность провести полноценный комплексный анализ.

С этой точки зрения, на наш взгляд, будет эффективным использование программ компании «Эксперт Системс», так как это профессиональная команда консультантов, специализирующихся в финансовом и инвестиционном анализе. С 1994 года оказывает компаниям России и стран СНГ практическую помощь в разработке и экспертизе бизнес-планов, технико-экономических обоснований (ТЭО), оценке коммерческой реализуемости проектов, финансовых моделей, оценке инвестиционных проектов, в анализе и прогнозировании финансового состояния по ключевым направлениям:

- бизнес-консультирование,
- разработка программных продуктов и онлайн-сервисов,
- бизнес-обучение

Из серии программ данной программы наиболее привлекательной на наш взгляд является программа Project Expert, предназначенная для разработки бизнес-плана и оценки инвестиционных проектов.

Аналитическая система Project Expert — программа позволяющая провести планируемые инвестиционные решения без потери финансовых средств, предоставить необходимую финансовую отчётность потенциальным инвесторам и кредиторам, обосновать для них эффективность участия в проекте.

Незаменим для создания и выбора оптимального плана развития бизнеса, проработки финансовой части бизнес-плана, оценки инвестиционных проектов.

Следует отметить, что финансовая сторона при формировании стратегии организации является ключевой в этом

вопросе, поэтому, проводя комплексный анализ необходимо проводить тщательную оценку имеющихся финансовых средств.

Возможностями Project Expert являются:

- бизнес-планирование. Разработка бизнес-плана предприятия,
- финансовая модель проекта и компании,
- финансирование проекта. Оценка потребности в капитальных вложениях и оборотном капитале,
- оценка инвестиционных проектов,
- оценка рисков инвестиционных проектов,
- оценка стоимости бизнеса,
- контроль показателей эффективности проекта в ходе и по итогам его реализации,
- сервисные возможности и удобство освоения.

С точки зрения пользователя важно, что удобство ввода данных обеспечивается в системе хорошо структурированным, дружественным интерфейсом и различными сервисными функциями, особенно полезными начинающим пользователям.

Project Expert позволяет:

- провести сценарный анализ (What-if — Что будет, если?) — быстрое создание и сравнение альтернативных сценариев реализации проекта;
- описать экономическое окружение и налоговой системы, учетной политики и структуры компании, имеющихся на начало проекта активов и пассивов;
- провести анализ безубыточности — расчет точки безубыточности для различных продуктов и подразделений, операционного рычага и запаса финансовой прочности компании. Анализ доходности подразделений, и т. д.

Как видно из описания программы Project Expert её возможности помогут провести эффективный комплексный анализ и получить информацию, необходимую для принятия стратегически важных решений.

Рассмотренные программные пакеты являются актуальными на сегодняшний день и доступными для ознакомительного просмотра и приобретения любой организацией для внедрения в управленческий процесс.

Литература:

1. Курлыкова А. В. Управленческие решения: метод. указания к практ. занятиям / А. В. Курлыкова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Гос. образоват. учреждение высш. и проф. образования «Оренбург. гос. ун-т». — Оренбург: Газпром-печать, 2010. — 36 с. — Библиогр.: с. 36.
2. Цыганова И. Ю. Стратегическая управленческая учетно-аналитическая система: строение и необходимость создания / И. Ю. Цыганова // Международный бухгалтерский учет, 2013. — № 40. — С. 38–44. — Библиогр.: с. 44 (16 назв.).
3. Консалтинговая компания «Эксперт Системс». Официальный сайт: <http://www.expert-systems.com>
4. «1С: Предприятие 8». Система программ. Официальный сайт: <http://v8.1c.ru>
5. Система автоматизации бизнеса — «Мегаплан». Официальный сайт: <http://www.megaplan.ru/>

Группировка подходов к определению категории «производственный потенциал предприятия»

Лашманова Юлия Юрьевна, преподаватель
Оренбургский государственный институт менеджмента

Актуальность изучения производственного потенциала промышленного предприятия (ППП), главным образом, определяется его ролью в увеличении масштабов общественного производства и повышении качества продукции [1, с. 4].

Не смотря на достаточно широкое освещение вопросов, посвященных проблемам использования производственного потенциала в специальных литературных источниках, в настоящее время все же дискуссионным остается вопрос определения данной категории.

В экономической литературе присутствуют различные трактовки понятия «Производственный потенциал». В целом, обобщая существующие определения, можно подтвердить выводы о существовании нескольких подходов к трактовке понятия «Производственный потенциал». В указанной системе большинство экономистов условно выделяют два ресурсных подхода; первый из которых сводится к рассмотрению производственного потенциала как определённой совокупности ресурсов без учета их связи с производственным процессом и конечным результатом — выпускаемой продукцией. В рамках «второго ресурсного подхода», вся совокупность ресурсов, входящих в состав производственного потенциала, рассматривается в контексте их способности к производству материальных благ.

Наряду с ресурсным подходом к определению сущности производственного потенциала в специальной литературе встречаются и другие его дефиниции. Так, ряд ученых [1, с. 20] рассматривает производственный потенциал в качестве синонима производственной мощности. Другая группа специалистов трактует производственный потенциал как слагаемое одного из важнейших макроэкономических показателей функционирования национальной экономики. Эти подходы, подобно первым двум, схожи между собой, поскольку как на уровне предприятия, так и на уровне государства в целом интерес сводится к тому количеству продукции (работ, услуг), которое может произвести предприятие или государство при полном использовании имеющихся ресурсов [2].

Относительно третьего подхода к пониманию сущности производственного потенциала необходимо отметить, что экономисты неоднозначно относятся к вопросу отождествления понятий «Производственный потенциал предприятия» и «Производственная мощность». Ряд авторов отмечает, что производственная мощность не отражает все потенциальные возможности, заложенные в производственном потенциале, поскольку она характеризует в основном потенциальные возможности средств труда без учета их сбалансированности с рабочей силой [3].

Изучение фундаментальных и современных теоретических трудов показало, что среди существующих определений ППП явно прослеживается подход, рассматривающий производственный потенциал не как совокупность ресурсов, а как *способность* или *возможность* предприятия или производства. Поэтому существующую группировку мы предлагаем дополнить еще одним подходом и назвать его — функциональным. При этом, подобно ресурсному подходу, выделяется направление, рассматривающее указанную способность (возможность) без учета ее связи с конечным результатом производственного процесса, но большинство же авторов указывают на то, что производственный потенциал — это способность (возможность) к выпуску продукции (рис. 1).

Кроме того, в системе существующих определений намечилось направление, рассматривающее ППП как систему экономических отношений, на что мы предлагаем обратить внимание и так же выделить его в отдельную группу (рис. 1).

Учитывая существование наименования для «ресурсного подхода», мы предлагаем ввести так же наименование и для других существующих и вновь выделенных подходов и назвать их: ресурсный, функциональный, макроэкономический, результатно-фондовый и организационно-экономический (рис. 1).

Анализ существующих определений позволил в соответствии с макроэкономическим подходом определить производственный потенциал не как слагаемое одного из важнейших макроэкономических показателей функционирования экономики страны, а более обобщенно: как элемент национальной экономики. В связи с этим, предлагаемую группировку подходов можно представить в виде схемы, приведенной на рисунке 1.

Дальнейшее исследование литературных источников и анализ ключевых составляющих существующих определений категории «Производственный потенциал» позволило отметить, что среди определений, отнесенных к функциональному подходу, выделяется три отдельных направления, которые можно сгруппировать по признаку имеющихся возможностей предприятия. Поэтому мы предлагаем еще одну группировку подходов к определению понятия производственного потенциала предприятия, она представлена на рис. 2.

Первый подход рассматривает производственный потенциал как максимальные (потенциальные) возможности (способности) предприятия или производственный результат. В данной группе определений под потенциальными возможностями авторы понимают объем продукции, который предприятие в состоянии произвести при полном

Подходы к определению категории ППП						
Ресурсный подход		Функциональный подход		Макроэкономический подход	Результатно-фондовый подход	Организационно-экономический подход
ППП как совокупность ресурсов		ППП как способность или возможность предприятия (производства)		ППП как элемент	ППП как синоним	ППП как система
без учета их связи с конечным результатом производственной деятельности	способных к производству материальных благ	без учета ее связи с конечным результатом производственной деятельности	к выпуску продукции	национальной экономики	производственной мощности	экономических отношений

Рис. 1. Дополненный вариант группировки подходов к определению категории ППП

использовании всех имеющихся ресурсов. Аналогичный вывод можно сделать исходя из определения потенциальных возможностей (синоним резервов), приведенного в Современном экономическом словаре: «предвидимые возможности предприятия, фирмы осуществлять в будущем производство товаров и услуг, получать доходы и прибыль» [4, с. 319].

Определения второй группы производственный потенциал представляют как имеющиеся (реальные) возможности (способности) предприятия, то есть как возможности предприятия в текущий момент времени.

Третий подход представляет производственный потенциал как потенциальные (резервные) и текущие (имеющиеся) возможности (способности) предприятия. Согласно определениям третьей группы производственный потенциал можно понимать как слагаемое используемых и неиспользуемых возможностей. Или, учитывая определение потенциальных возможностей, приведенное выше, которое так же можно считать синонимом резервов, производственный потенциал можно рассматривать как сумму возможностей предприятия в текущий момент времени и его возможностей в будущем, но такое сложение текущих и будущих возможностей мы считаем некорректным. Таким образом, определения данной группы не позволяют рассматривать производственный потенциал, как может показаться на первый взгляд, двояко: с одной стороны как возможности предприятия в текущий момент времени, а с другой стороны как производственные возможности предприятия. Этот недостаток позволяет устранить авторское определение рассматриваемой категории.

Нами под производственным потенциалом предлагается понимать способность предприятия к выпуску продукции, при условии, с одной стороны, использования целесообразного в текущий момент времени объема ресурсов (то есть имеющиеся возможности, определяющие производство продукции, соответствующей плановым заданиям и востребованной на рынке), а с другой стороны полного использования всех располагаемых ресурсов (то есть производственные возможности предприятия, определяющие предельный выпуск продукции); указанная способность определяется оптимальностью сочетания элементов потенциала, обусловленная действием факторов внутреннего и внешнего характера.

В данном определении под оптимальностью сочетания элементов потенциала понимается их сочетание в пропорции, позволяющей достичь выполнения производственной программы в кратчайшие сроки и при минимальном расходе ресурсов. Основным критерием оптимальности в рамках данного определения служит заданный объем продукции.

В отличие от имеющихся определений производственного потенциала данное определение позволяет рассматривать его двояко: с одной стороны как способность к выпуску продукции при использовании имеющихся, целесообразно-задействованных ресурсов, определяемая сложившимися рыночными условиями в текущий момент времени, а с другой стороны — при использовании всех имеющихся ресурсов предприятия и соответствующая максимальным производственным возможностям. То есть предложенное определение позволяет рассматри-

Подходы к определению категории ППП		
Производственный потенциал — максимальные (потенциальные) возможности (способности) предприятия или производственный результат	Производственный потенциал — имеющиеся (реальные) возможности (способности) предприятия	Производственный потенциал — потенциальные (резервные) и текущие (имеющиеся) возможности (способности) предприятия

Рис. 2. Предлагаемый вариант группировки подходов к определению категории ППП

вать производственный потенциал в узком и широком смысле.

Реализация указанной в определении способности определяется, не только умением управленческого персонала и специалистов предприятия оценивать и рационально использовать элементы производственного потенциала предприятия (внутренняя среда), но состоянием макросреды его функционирования (внешние факторы), указание на это является еще одной особенностью предложенного определения.

Литература:

1. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. — М.: Экономика, 1989. — 240 с
2. Гунина И. А. Экономический потенциал предприятия: сущность, содержание, структура / И. А. Гунина // Машиностроитель. — 2004. — № 11. — С. 24–28.
3. Рагозина М. А. Понятие производственного потенциала и производственной мощности промышленного предприятия в рыночной экономике / М. А. Рагозина // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева. Сер. Экономика. — 2010. — № 3. — С. 407–412.
4. Современный экономический словарь / под ред. Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовского, Е. Б. Стародубцевой. — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 512 с.

Приведенное определение позволит руководству машиностроительного предприятия более объективно и комплексно оценивать уровень использования производственного потенциала, выявлять и исследовать производственные резервы; кроме того, его использование будет способствовать повышению экономического значения и роли данной категории в развитии хозяйствующих субъектов и экономики страны в условиях ее перехода на инновационный путь развития.

Выбор бизнес-модели для вузовского бизнес-инкубатора

Меркушова Наталья Ивановна, кандидат экономических наук, доцент;
Гаффорова Елена Борисовна, доктор экономических наук, доцент;
Колпакова Ксения Вадимовна, магистр
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

В современном стратегическом управлении перспективным понятием является понятие «бизнес-модели», которое занимает промежуточное положение между бизнес-идеями и бизнес-планом. Обычно бизнес-модель используется в следующем качестве:

- средство для осмысления основной бизнес-идеи;
- наглядное средство для проектирования организационных инноваций в бизнесе;
- средство для коммуникации и общения сотрудников и партнеров.

В настоящее время понятие «бизнес-модель» активно используется в управлении, в публикациях, посвященных стратегическому управлению. Перспективность использования данного понятия в управлении не подвергается сомнению, в то же время единой общепризнанной структуры, классификации, порядка разработки авторами не предлагается. В данной работе авторами сформирована бизнес-модель деятельности вузовского инкубатора (таблица 1), разработанная на основе исследований, представленных в работе [1]. При этом принципиально важным является то обстоятельство, что стили бизнес-моделирования А. Остервальдера и И. Пинье представляют собой современный подход к стратегическому ме-

неджменту, прослеживаются в реальной практике крупных, эффективных и успешных компаний разных отраслей.

Для определения деятельности бизнес-инкубатора целесообразно использовать модель «Многосторонняя платформа», которая объединяет 2 и более различных, определенных образом связанных групп потребителей. Такие платформы ценны для одной группы потребителей только в том случае, если присутствует и другая группа. Платформа создает ценность, способствуя взаимодействию между группами. Ценность многосторонней платформы возрастает до тех пор, пока она привлекает все большее число клиентов (сетевой эффект) [1]. Разработанная бизнес-модель представлена в таблице 1.

В предлагаемой бизнес-модели на основе многосторонней платформы можно выделить следующие потребительские сегменты:

- студенты, молодые предприниматели, которые имеют шанс стать резидентами бизнес-инкубатора, получить помощь в доработке бизнес-идеи, поиске инновационной бизнес-модели для своей продукции/услуги
- инвесторы, которые хотят найти перспективные виды бизнеса для выгодного вложения средств.

Таблица 1

Бизнес-модель вузовского бизнес-инкубатора

Ключевые партнеры	Ключевые виды деятельности	Ценностные предложения	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты
<ul style="list-style-type: none"> — опытные предприниматели; — венчурные фонды 	<ul style="list-style-type: none"> — предоставление инфраструктурных, обучающих, консультационных услуг; — предоставление возможности выхода на инвесторов и партнеров 	<ul style="list-style-type: none"> — услуги для развития бизнеса; — наличие большого количества перспективных бизнесов в одном месте; — «якорные» проекты; — возможность для студентов участвовать в реальных бизнес-проектах 	<ul style="list-style-type: none"> — через площадку бизнес-инкубатора 	<ul style="list-style-type: none"> студенты, молодые предприниматели, которые имеют шанс стать резидентами бизнес-инкубатора, получить помощь в доработке бизнес-идеи, поиске инновационной бизнес-модели для своей продукции /услуги; — инвесторы, которые хотят найти перспективные виды бизнеса для выгодного вложения средств
	<p>Ключевые ресурсы</p> <ul style="list-style-type: none"> — имидж учебного заведения; — перспективы развития учебного заведения; — научный потенциал вуза; — лабораторно-исследовательская база; — размещение и расположение бизнес-инкубатора 		<p>Каналы сбыта</p> <ul style="list-style-type: none"> — рабочие помещения бизнес-инкубатора; — интернет-сообщество; — информационные источники 	
<p>Структура издержек</p> <ul style="list-style-type: none"> — расходы на содержание бизнес-инкубатора 			<p>Потоки поступления доходов</p> <ul style="list-style-type: none"> — оплата места в бизнес-инкубаторе со стороны резидентов 	

— Чтобы создавать ценность платформа должна привлекать и обслуживать одновременно все группы, так как ценность платформы для одной группы будет зависеть от количества пользователей с другой стороны платформы.

В соответствии с логикой бизнес-модели на основе многосторонних платформ в бизнес-инкубаторах создается субсидирование одного из потребительских сегментов, а именно работы студентов, молодых предпринимателей.

Ценность для молодых предпринимателей — льготные условия работы, полный комплект консультационных и обучающих услуг; а также наличие значимых проектов («якорные» проекты), вокруг которых может быть создан комплекс услуг

Ценность для инвесторов — в большом выборе реализуемых проектов, а также в наличие доступной информации о проводимых в бизнес-инкубаторе работах.

Ценность для студентов — возможность участвовать в реальных бизнес-проектах, приобретать необходимые

компетенции, которые зачастую невозможно сформировать при аудиторных занятиях.

Таким образом, один из важнейших показателей работы бизнес-инкубатора, определяющий его потенциальную результативность и эффективность будут следующие:

- количество заявок / бизнес-идей, поданных на размещение в бизнес-инкубаторе;
- доля компаний, ставших резидентами, относительно поданных заявок.

Данные показатели будут косвенно свидетельствовать о качестве проектов, реализуемых в бизнес-инкубаторе.

Для бизнес-моделей данного типа (реализующих услуги) каналы сбыта обычно представлены местом предоставления услуг. Для бизнес-инкубатора это рабочие помещения/пространства, инфраструктура для консультирования/обучения, а также средства информирования — пресса, интернет

Для бизнес-инкубаторов требуется особый тип взаимоотношений с клиентами:

— особая персональная поддержка (в данном случае представитель компании прикрепляется к конкретному клиенту, такие отношения формируются и развиваются на протяжении длительного количества времени);

— сообщества (создание онлайн и офлайн сообщества для возможности обмениваться опытом, знаниями);

— совместное создание ценностных предложений.

Потоки поступления доходов в бизнес-инкубаторе:

— оплата за предоставляемые рабочие места;

— гранты;

— доходы от участия в деятельности компаний.

Ключевые ресурсы вузовского бизнес-инкубатора состоят в следующем:

— имидж учебного заведения;

— перспективы развития учебного заведения;

— научный потенциал вуза;

— лабораторно-исследовательская база;

— размещение и расположение бизнес-инкубатора;

— интеллектуальный капитал.

В деятельности бизнес-инкубатора можно выделить следующие ключевые виды деятельности:

— разрешение проблем (решаются вопросы помощи предпринимателям в части предоставления льготных условий ведения бизнеса и консультирования);

— поддержание деятельности бизнес-инкубатора как платформы, объединяющей предпринимателей, инвесторов, студентов (как ресурс предпринимательства).

Для вузовского бизнес-инкубатора возможны следующие виды партнерских взаимоотношений:

— стратегическое сотрудничество между неконкурирующими компаниями;

— совместные предприятия для запуска новых бизнес-проектов.

Модель издержек вузовского бизнес-инкубатора должна быть направлена, с одной стороны, на оптимизацию издержек (в силу особенностей финансирования учебных заведений), с другой стороны, должна быть ориентирована на создание ценностей для всех заинтересованных сторон: вуза, предпринимателей, инвесторов, партнеров, студентов и т. д.

В структуре издержек целесообразно ориентироваться не на экономии на масштабе, а на создании синергетического эффекта от взаимодействия ключевых клиентов на созданной платформе.

Таким образом, использование концепции бизнес-модели на основе многосторонней платформы позволит вузу проектировать эффективную систему бизнес-процессов вузовского бизнес-инкубатора, интегрированную в его общую систему управления.

Литература:

1. Остервальд А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. М.: Альпина Паблишер, 2012. 288 с.

Значение управления в процессе деятельности организации

Пашигорев Кирилл Игоревич, аспирант

Мичуринский государственный аграрный университет (Тамбовская обл.)

Любая существующая в настоящее время организация, какое бы количество сотрудников она не имела, не может в себя не включать подразделения управления. Такое подразделение может состоять как из одного человека (в организациях мелкого бизнеса), так и объединять сотрудников в большие департаменты, где каждый сотрудник будет отвечать (управлять) доверенным ему участком. Если провести классификацию сотрудников (самую укрупненную классификацию), то можно сотрудников разделить на исполнителей — инженеров, рабочих, служащих и т. д., и руководителей — кураторов групп, руководителей отделов, директоров (финансовых, коммерческих, исполнительных). Так что же такое управление и почему функции управления являются важнейшими для нормального функционирования и дальнейшего развития организации?

Управление — это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того,

чтобы сформулировать и достичь цели организации через других людей. [1, с. 39] Вот так, одним коротким предложением, просто и ясно определена важнейшая из функций любой организации! Поистине, все гениальное просто! Но каким бы простым не было определение, на деле все складывается намного сложнее.

Давайте посмотрим внимательно на составляющие данного определения: планирование, организация, мотивация, контроль. Каждое из этих понятий несет в себе глубокий смысл, а также делится по степени охвата участков, на управление деятельностью которых они и направлены.

Например, планирование может быть оперативное (на уровне групп, отделов), тактическое (на уровне департаментов, филиалов), и стратегическое — планирование для целой организации, включая дочерние предприятия и филиалы (если такие существуют). Также логично заме-

тить, что в зависимости от уровня планирования, каждый из уровней подразумевает различные временные рамки. Так планирование тактическое и оперативное целесообразно в рамках одного года максимум (как постановка целей для развития), а для эффективного управления — полугодовое с корректировкой по итогам квартала. Планирование стратегическое — это планирование долгосрочное, охватывающее всю структуру организации, все направления деятельности, и также может планироваться как на год, так и на 5 лет вперед. Такое долгосрочное планирование — на несколько лет вперед — называют видением компании. Именно видение компании — это основная стратегическая цель любой компании (естественно, ориентированной на рост и развитие) в долгосрочной перспективе.

Организация — еще одна из важнейших функций управления, которая подразумевает под собой упорядочение и регулирование действий отдельных индивидов и социальных групп. Это построение процессов на основе регламентов как трудовых (мы упоминали их выше как исполнителей) ресурсов, так и организацию действий непосредственно подразделения управления и организацию их (исполнителей и управляющих) взаимодействия. Более того, функция организации так же, как и функция управления принимает участие на всех уровнях компании, задействует менеджеров низшего, среднего и высшего звена всех категорий и профессиональных специализаций. Организация как система управления — одно из ключевых понятий теории организации, которое связано с целями и функциями компании, непосредственно процессом управления, квалификацией менеджеров, распределением полномочий для достижения определенных целей. Организация построена для того, чтобы все протекающие в ней процессы осуществлялись своевременно и качественно. Отсюда то внимание, которое уделяют ей руководители организаций и специалисты, стремящиеся к непрерывному совершенствованию, развитию как системы в целом, так и ее отдельных составляющих.

Следующая важная функция управления, которая в последнее время привлекает к себе все большее внимание руководителей крупных организаций, это мотивация. На Западе издатели крупными тиражами публикуют материалы по тематике управления человеческими ресурсами вообще, и не последнее место в процессе управления занимает мотивация. Об этом написаны книги такими известными авторами, как А. Маслоу («Мотивация и личность»), К. Кобьёл («Мотивация в стиле ЭКШН. Восторг заразителен»), Р. Нирмайер («Мотивация») и др. В Википедии (Свободная энциклопедия) о мотивации сказано следующее: «мотивация (от лат. *moveo*) — побуждение к действию; динамический процесс психофизиологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности». [2]

Однокоренным слову «мотивация» (и, по сути, выражающее весь смысл слова «мотивация») является понятие «мотив». И все в той же Википедии о мотиве сказано: «Мотив (лат. *moveo* — двигаю) — это материальный или идеальный предмет, достижение которого выступает смыслом деятельности. Мотив представлен субъекту в виде специфических переживаний, характеризующихся либо положительными эмоциями от ожидания достижения данного предмета, либо отрицательными, связанными с неполнотой настоящего положения». [2]

И ведь согласитесь, от человека, заинтересованного в выполнении задания, поручения, понимающего свое значимое (или не значимое, но понимающего, что свое) место в общей цепи процессов организации, и знающего, что его действия приносят пользу общему делу, а значит и ему, можно ожидать лучшего результата и качественного выполнения работы, чем от человека, которому сказали «надо!». Конечно, это не значит, что нужно отказываться от принципа жесткого ведения управления (существует несколько классификаций стилей поведения людей, которые оказывают влияние на способы общения с людьми и соответственно на управление; одной из самых популярных классификаций является DISC, где D — агрессивный, решительный и ориентированный на результат, I — разговорчивый, общительный, оптимистичный, жизнелюбивый, ориентирован на людей, S — спокойный, помогающий, терпеливый, скромный и неторопливый, всегда готов помочь, C — точный, последовательный, деловой, осторожный, аналитик [3]), но это позволяет взглянуть на процесс управления с другой стороны, построить эффективную команду не по принципу «начальник-подчиненный», а взяв за основу принцип коллективизма, взаимопомощи, доверия и равенства.

Также существует другая классификация стилей руководства, выделяющая следующие стили:

- Директивный стиль;
- Наставнический стиль;
- Поддерживающий стиль;
- Делегирующий стиль. [4, с. 35]

Каждый сотрудник (не имеет значения, имел ли он опыт работы или пришел как молодой сотрудник) испытывает на себе все стили руководства со стороны руководителя (при условии, что руководитель является действительно грамотным). Так директивный стиль предполагает высокий уровень командования и низкий уровень поддержки, наставнический — высокий уровень командования одновременно с высоким уровнем поддержки, высокий уровень поддержки при низком уровне прямого руководства (командования), и низкий уровень и поддержки и низкий уровень командования. Любой руководитель понимает, что сотрудник должен расти не только профессионально, но и в своей организованности.

Соответственно, пока что сотрудник молодой и неопытный, мотивировать его нужно на достижение ре-

зультата, чтобы постепенно уменьшить роль руководителя в принятии решений (и освободить свое время для выполнения других задач), далее (во время наставничества) мотивировать на достижение еще больших результатов, но уже не полностью принимать решения за сотрудника, а позволять ему самому принимать решения. И когда очередь дойдет до стиля делегирования, руководитель получит самостоятельного опытного сотрудника, способного брать под свою ответственность других (еще неопытных) сотрудников, а также помощника (в лице опытного сотрудника), который может забрать задачи для выполнения, освободив тем самым еще больше времени. А какое настроение (и значит и желание работать и добиваться результата) будет у сотрудника, которому все время приказывают?

Наконец, контроль. Или может можно обойтись и без него?! Может, и можно, в небольшой компании, состоящей из одного-двух человек, безусловно доверяющих друг другу, и не сомневающимися, что товарищ не сделает, или сделает, но плохо (в общем, уверенных, что товарищ не подведет). Но организация из такой группы товарищей либо закроется вскоре, обанкротившись, либо в конце года, когда придет время подводить итоги, проконтролирует деятельность своего начинания, и все равно сделает необходимые выводы. Это и будет функция контроля — анализ ключевых показателей для последующего принятия решения, чтобы продолжить цепочку «планирование — организация — мотивация — контроль» дальше. Остается только понять, какие же показатели необходимо измерять? Ответ (мы говорили об этом выше, как и все гениальное) прост. Измерять те показатели, которые возможно измерить. Например, для торговой организации это может быть: оборот товара, валовая прибыль, себестоимость товара, количество звонков в день

на одного менеджера, затраты на доставку клиенту, расходы на рекламу и т. д. Все, что приносит деньги (центр прибыли) и все, на что деньги тратятся (центр затрат) должно измеряться. Измеряться для того, чтобы знать ситуацию, а кто знает текущую ситуацию, тот может ей и управлять.

Необходимость контроля можно определить следующими результатами: во-первых, даже самое детальное планирование не может предусмотреть всех нюансов, форс-мажоров, возможных в процессе выполнения работы, соответственно, проведение контроля дает возможность корректировать планируемые мероприятия и вносить необходимые поправки согласно ситуации; во-вторых, никакая организация процесса, какая бы она ни была качественная, не гарантирует отсутствие мелких ошибок, которые с течением времени могут накопиться в большую неприятность, опять же, контроль позволяет своевременно предотвратить такой момент; и в-третьих, наравне с выявлением некачественных процессов деятельности, нарушающих нормальную среду функционирования, контроль позволяет выявить наиболее эффективные действия и наиболее перспективные направления деятельности, приводящие к положительному результату.

Вот такие результаты позволяет получить контроль, а разнообразие методик проведения контроля дает возможность каждому руководителю выбрать методику, соответствующую его типу личности. Как сказал крупный американский промышленник, изобретатель Генри Форд: «Не позволяйте жить слишком спокойно тем, кто у вас работает. Не давайте им прочно обосноваться. Всегда поступайте противоположно тому, чего они от вас ожидают. Пусть все время тревожатся и оглядываются через плечо».

Литература:

1. Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. Основы Менеджмента (Management) = Management / пер. Л. И. Евенко. — М.: Дело, 1997. — 704 с. — (Зарубежный экономический учебник). — 12 000 экз. — ISBN 5-7749-0047-9 (0060444150)
2. Мотивация // Википедия // URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Мотивация> (Дата обращения: 17.12.2013)
3. DISC — системное управление людьми // URL: <http://www.ami-int.ru/consulting/tools/disc/> (Дата обращения: 18.12.2013)
4. К. Бланшар. Одноминутный менеджер и Ситуационное руководство / пер. П. А. Самсонов — ООО «Попурри», 2001—141 с.

Научно-практические подходы к оценке эффективности систем управления предприятием

Савельева Елена Николаевна, соискатель

Харьковский национальный аграрный университет им. В.В. Докучаева (Украина)

В статье раскрыты теоретические основы и практические аспекты организации и функционирования систем управления, проанализированы тенденции их развития, обоснованы рекомендации относительно повышения эффективности системы управления в сельскохозяйственных предприятиях.

Ключевые слова: оценка, система управления, проект, планирование, предприятие, конкурентоспособность, эффективность, подсистема.

Оценка эффективности системы управления предприятием является важным элементом разработки проектных и плановых управленческих решений, позволяющим определить уровень прогрессивности действующего менеджмента, проектов или плановых мероприятий, которые разрабатываются на предприятии. Она проводится для создания современной системы управления или совершенствования существующей, которая бы обеспечивала высокую конкурентоспособность предприятия на внутреннем и внешних рынках. Эффективность системы управления предприятием можно оценивать на стадии проектирования предприятия, при исследовании систем управления действующих предприятий и для планирования и осуществления мероприятий по совершенствованию управления. Общая эффективность управления предприятием состоит из эффективности управления отдельными функциональными подсистемами – маркетингом и сбытом, человеческими ресурсами, финансовыми ресурсами, производством, логистикой и другими составляющими, а также в значительной степени зависит от того, насколько устойчивое управление всеми подсистемами на уровне общего управления, то есть на уровне высшего руководства. Эффективность системы управления необходимо рассматривать в разрезе различных подсистем предприятия: подсистемы привлечения ресурсов; эффективного использования ресурсов предприятия; координации бизнес-процессов; контроля во всех сферах деятельности предприятия; целенаправленности предприятия при принятии решений; мотивации персонала; оценки деятельности предприятия; прогнозирования и т.д. [1].

Оценка эффективности системы управления зависит от модели, которая положена в ее основу, и набора инструментов, которые использует руководство в управлении предприятием. Комплексный набор критериев эффективности системы управления формируется с учетом двух направлений оценки ее функционирования: по степени соответствия достигнутых результатов установленным целям организации и по степени соответствия процесса функционирования системы объективным требованиям к его содержанию, организации и результатам. Критерием эффективности системы управления предпри-

ятием является возможность полного и стабильного достижения поставленных целей или сокращение расходов на управление, эффект от реализации которых должен превысить производственные затраты. Научно признаны есть несколько подходов, которые могут быть дифференцированно использованы в конкретных ситуациях. Один из них заключается в сравнении показателей, характеризующих эффективность системы управления эталонного предприятия. При этом показатели деятельности эталонного предприятия принимаются по нормативам. Сравнительная эффективность системы управления анализируется и проектируется, а потом уже определяется на основе сопоставления критериев, показателей и характеристик этой системы с нормативными показателями эталонного предприятия с использованием преимущественно количественных методов сравнения [2]. В современном менеджменте это направление сравнения получило название бенчмаркинг. Бенчмаркинг (*Benchmarking*) – это процесс поиска стандартного или эталонного, экономически эффективного предприятия-конкурента с целью сравнения с собственным и заимствования его лучших методов работы. Как правило, это непрерывный систематический поиск и внедрение лучших практик, которые приведут предприятие и его систему управления к более совершенной форме. Выступает как действенный инструмент для определения позиции предприятия по сравнению с другими, сходными по размерам или сфере деятельности. В центре внимания бенчмаркинга – вопрос: почему другие работают успешнее, чем мы? Основное содержание и цель бенчмаркинга состоит в идентификации различий с сопоставимым аналогом (эталонном), определение причин этих различий и выявление возможностей по совершенствованию собственной системы управления. Объектами бенчмаркинга могут быть: методы, процессы, технологии, качественные параметры продукции, показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятий (структурных подразделений) и т.п. Исследуя производственные процессы, методы или технологии производства и сбыта продукции, основное внимание уделяют поиску резервов снижения издержек производства и повышению конкурентоспособности продукции [3]. Известны следующие основные стратегии выживания в конкурентной среде:

– стремление иметь самые низкие в отрасли издержки производства (стратегия руководящей роли в области издержек производства);

– поиск путей дифференциации производимой продукции от продукции конкурентов (стратегия дифференциации–способности обеспечить компанию уникальной и большей стоимостью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания);

– фокусировки на узкой части, а не на всем рынке (стратегия фокуса или ниши, то есть концентрация усилий на одном или нескольких немногочисленных сегментах рынка, разрабатывает маркетинговые подходы и производит товары в расчете на удовлетворение потребителей именно этих групп покупателей) [4].

Все перечисленные стратегии – это стратегии повышения эффективности деятельности предприятия. В первом случае – за счет совершенствования внутренних процессов предприятия, во втором и третьем – за счет управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). В современных условиях конкурентоспособность предприятия на рынке является главным критерием эффективности производства, оценки эффективности системы управления [5]. Предприятие не может быть эффективным, если оно неконкурентоспособное. Таким образом, в рыночной среде термины «эффективность предприятия» и «конкурентоспособность предприятия» являются синонимами. Но в настоящее время, не существует единых критериев таких как «конкурентоспособность» и «эффективность» предприятия и многое определяется той концепцией, которая принимается при рассмотрении данного вопроса. Поскольку сельское хозяйство – отрасль с совершенной (чистой) конкуренцией и на рынке действует большое количество предприятий, производящих и продающих однородную (стандартизированную) продукцию, сельскохозяйственным предприятиям очень важно осуществлять на постоянной основе работу по повышению конкурентоспособности и эффективности всех его составляющих, особенно системы управления, и инструменты бенчмаркинга могут помочь руководителям и специалистам осуществлять это сравнение по выбранным индикаторам и показателям. К таким индикаторам в сельскохозяйственном предприятии можно отнести: производительность труда, продуктивность сельскохозяйственных угодий, эффективность использования активов и т.п. [6]. Когда сравнительный анализ (бенчмаркинг) по разным объективным причинам осуществить не удастся, используется такой подход, как экспертная оценка эффективности системы управления. Она позволяет осуществлять комплексную оценку системы управления, основанную на использовании классического количественно-качественного подхода, позволяющего оценивать эффективность управления по значительной совокупности показателей и индикаторов. Экспертная оценка может служить составным элементом комплексной оценки эффективности системы управления, содержащим все перечисленные

подходы как по отдельным подсистемам, так и к системе в целом [7]. В качестве экспертов могут выступать как внутренние специалисты (работники предприятия), так и привлеченные извне (консультанты, эксперты, советники). Однако, несмотря на большое распространение, экспертные оценки имеют свои недостатки. Экспертные оценки, выполненные в разное время даже одним специалистом, могут значительно отличаться друг от друга. Объясняется это многими психологическими и физиологическими особенностями человека, например, переключением его внимания на другие проблемы, изменением круга его должностных обязанностей, влиянием окружающих лиц и обстоятельств, дополнительной и новой информации [8]. В современных условиях хозяйствования предприятий Украины, характеризующихся значительной изменчивостью как внешней, так и внутренней среды, руководители предприятий должны совершенствовать механизм управления с помощью новейших концепций, позволяющих обеспечить адекватность реакции системы управления на изменения в среде предприятия, которые могут определенным образом повлиять или способствовать обеспечению эффективности управления сельскохозяйственным предприятием. Среди прогрессивных практик современного менеджмента, что подтверждено опытом всемирно известных «гуру менеджмента», выделяют целый ряд, которые непосредственно касаются вопросов повышения эффективности функционирования системы управления предприятием и его оценки – это такие менеджмент-инструменты, как: сбалансированная система показателей (Balanced Scorecard-BSC), ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators – KPI), реинжиниринг бизнес-процессов (Business Process Reengineering – BPR), тотальное управление качеством (Total Quality Management – TQM), управление проектами (Project Management – PM), управление временем (Time Management – TM) т.д. Среди названных технологий современного менеджмента непосредственное отношение к оценке эффективности системы управления имеют ключевые показатели эффективности (КПЭ) в сочетании со сбалансированной системой показателей (ССП). ССП – это механизм последовательного доведения до персонала стратегических факторов успеха, целей предприятия и контроль их достижения через КПЭ. КПЭ – ключевые показатели эффективности, являющиеся измерителями достижимости целей, а также характеристиками эффективности бизнес-процессов и работы каждого отдельного сотрудника. Поэтому ССП является инструментом не только стратегического, но и оперативного управления. Философия ССП основана на том, что предприятие не видит своей цели, действует разрозненно и нерешительно. Эффективное управление предприятием в такой ситуации невозможно. Известно, что для решения задач мониторинга, сбора информации о предприятии для принятия оперативных управленческих решений в хозяйствах формируют так называемые системы «быстрого реагирования», которые действуют с помощью опреде-

ленных индикаторов и помогают среди всего массива изменений, происходящих во внутренней и внешней среде предприятия, определить существенные, которые действительно нуждаются в соответствующей реакции. Сложность формирования такой системы заключается в достаточно большом количестве индикаторов и ограниченности возможностей предприятия по мониторингу как внешней, так и внутренней среды. Поэтому из большого количества индикаторов, обуславливающих необходимость применения определенных мер, способных обеспечить эффективность управления, предприятия должны выбрать оптимальное количество, которое позволит им удовлетворить руководство в информации, необходимой для принятия управленческих решений, которые должны стать своеобразным ответом на состояние системы управления предприятием и его внешней среды.

Система сбалансированных показателей может учитывать недостатки систем финансовых показателей и показывать взаимосвязь между достижением качественных и количественных целей деятельности предприятия, а также решить проблему комплексной оценки и прогнозирования общего уровня эффективности деятельности предприятия. Сбалансированная система показателей должна содержать показатели, характеризующие четыре основных направления оценки эффективности управления, а именно: финансы, внутренние бизнес-процессы, клиенты и рынок, персонал предприятия. Поскольку эти основные направления можно охарактеризовать с помощью большого количества показателей, их количество целесообразно ограничить до пяти по каждому из направлений. Для того, чтобы показатель был включен в систему сбалансированных показателей он должен отвечать следующим требованиям: обеспечение связи со стратегией деятельности предприятия, возможность количественного определения, доступность, понятность, сбалансированность (взаимосвязанность с другими показателями системы), релевантность (возможность определения необходимых корректив в случае отклонения от запланированной траектории). Следует отметить, что система сбалансированных показателей позволяет определить, насколько необходимо изменить значение одного показателя, чтобы получить желаемые значения другого, и предоставить возможность выражения достижения не только количественных, но и качественных целей деятельности предприятия. Также с помощью данной системы предприятие может получить интегральный показатель, характеризующий эффективность деятельности предприятия, что предполагает определение степени достижения каждым показателем своего нормативного значения и учета веса каждого показателя. Таким образом, концепция сбалансированных показателей позволяет обеспечить реактивный подход, направленный на учет потребностей совершенствования внутренних бизнес-процессов, работы с персоналом и с клиентами, а также обеспечения необходимого уровня финансовых показателей, определяющих эффективность управления предприятием. Ключевые по-

казатели эффективности (КПЭ) – это инструмент измерения поставленных предприятием целей.

Если показатель используемый руководителями и специалистами при оценке эффективности управления предприятием не связан с целью, то есть не образовывается исходя из ее содержания, то данный показатель использовать нельзя. Технологии постановки, пересмотра и контроля целей и задач легли в основу концепции, которая стала основой современного менеджмента и называется «управление по целям». Управление по целям – метод управленческой деятельности, предусматривающий возможные результаты деятельности и планирование путей и направлений их достижения. Основоположителем этой концепции является Питер Друкер [9]. Также Питер Друкер разработал систему оценки достижения результатов-целей через КПЭ. Согласно Друкеру, менеджеры должны избегать «ловушек времени», когда они вовлечены в процесс решения текущих ежедневных задач, поскольку это приводит к тому, что они начинают забывать выполнять задачи, направленные на достижение результатов и целей. Современным воплощением управления по целям являются КПЭ, включающие в себя множество управленческих концепций. Они появились в последние 20–30 лет и дополняют классическое «управление по целям». КПЭ и мотивация персонала стали неразрывными понятиями, так как с помощью данных показателей (КПЭ) можно создать работающую и эффективную систему мотивации и стимулирования сотрудников предприятия. В зависимости от стратегии сельскохозяйственного предприятия различают разные КПЭ. В основном их применяют для определения результативности работы административно-управленческого персонала и системы управления на предприятии. Например, в стратегической цели «увеличить рентабельность производства молока на 15 % в 2012 г.» ключевым показателем эффективности является «рентабельность производства молока». КПЭ не являются ключевыми факторами успеха. В приведенном примере, ключевыми факторами успеха будут действия, которые необходимо осуществить для достижения указанной цели. Например организовать поиск новых рынков сбыта, повысить продуктивность коров за счет использования более сбалансированных кормов, улучшить племенную работу и т.д. Ключевые показатели можно, в частности, разделить на опережающие и запаздывающие. Запаздывающие показатели отражают результаты деятельности по истечении указанного периода. Опережающие КПЭ позволяют управлять ситуацией в пределах отчетного периода с целью достижения заданных результатов по его окончании. Ключевые показатели эффективности являются частью системы сбалансированных показателей, при которых устанавливаются причинно-следственные связи между целями и показателями для того, чтобы видеть закономерности и взаимные факторы влияния в бизнес-зависимости одних показателей (результатов деятельности) от других. В качестве критериев эффективности организации могут быть использованы различные факторы и их

Таблица 1

Некоторые индикаторы эффективности управления и области управления предприятием, влияющие на них

ИНДИКАТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ	ОБЛАСТИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ
1	2
Работник правильно понимает свои задачи	Разработка и описание бизнес-процессов. Постановка. Разработка стратегии достижения целей. Планирование задач. Постановка задач. Миссия предприятия. Корпоративная культура. Понимание работником своего вклада в общий результат, в промежуточные результаты. Доведение до сведения исполнителей поставленных задач в понятной форме и разбитых на определенные понятные блоки. Контроль прохождения и восприятия информации
Работник имеет необходимую квалификацию и компетентность	Правильное видение потребности в кадровых ресурсах. Подбор кадров. Размещение кадров. Обучение принципам и методам личной эффективности. Стимулирование повышения профессионального мастерства. Обучение
Работник мотивирован (его интересы соответствуют интересам предприятия)	Разработка и описание бизнес-процессов. Адекватная оценка результатов. Система материального стимулирования (вознаграждение по результатам). Своевременное предотвращение деструктивных конфликтов. Устранение системных конфликтов. Мотивация карьерного роста. Планирование карьерного роста
Работник имеет необходимую энергию для выполнения задач	Благоприятная рабочая среда. Чувство причастности к общему делу. Благоприятный моральный климат. Предоставление предприятием возможности для восстановления силы и энергии. Обучение приемам восстановления, снятия стресса. Пропаганда и содействие здоровому образу жизни
Работник правильно ориентируется в общих правилах и принципах (имеет ощущение общей направленности)	Миссия предприятия. Корпоративная культура. Ценности, принципы, правила. Дисциплинарные правила. Этические нормы. Контроль прохождения и восприятия информации
Работник своевременно и в полном объеме получает необходимую информацию для выполнения задач	Разработка, описание бизнес-процессов. Продуманная информационная система. Стремление к сотрудничеству. Контроль прохождения и восприятия информации
При выполнении заданий интересы сотрудника (подразделения) согласованы с интересами других сотрудников (подразделений)	Согласование при выполнении задач интересов работника (подразделения) с интересами других работников (подразделений)
Действия работников скоординированы во времени и пространстве	Разработка и описание бизнес-процессов. Создание центров координации. Обучение планированию. Планирование действий. Контроль результатов. Анализ. Корректировка
Действия работников подкреплены своевременным выделением ресурсов (финансовых, человеческих, временных)	Финансовое планирование и прогнозирование. Управление денежными потоками. Система планирования и распределения нагрузки на персонал. Правильное распределение ресурсов (бюджет). Оперативное управление бюджетом. Контроль ресурсов
Задачи и проблемы решаются в порядке их приоритетной значимости	Разработка и описание бизнес-процессов. Понятные критерии принятия решений (миссия, ценности, установки, правила, понимание целей и задач предприятия). Обучение расстановке приоритетов. Согласование приоритетов
Решения принимаются своевременно и качественно	Разработка и описание бизнес-процессов. Владение актуальной информацией для принятия решений (информационная система, стремление к сотрудничеству). Понятность критериев принятия решений. Делегирование (центры принятия решений не должны быть перегружены). Распределение полномочий и ответственности. Обучение принятию решений

Источник: сформировано автором на основании [3,5,6,9].

комбинации. Руководители предприятий должны располагать индикаторами, позволяющими осуществлять эффективное управление предприятием. Об эффективности управления предприятием можно судить по тому, как рядовые работники понимают и воспринимают информацию о целях и задачах, умеют ли принимать верные решения на своем уровне, действуют ли адекватно обстановке, нацелены ли на решение задач предприятия, какие возникают конфликтные ситуации, как они решаются; как скоординированы действия работников и подразделений, как подкреплены своевременным выделением ресурсов и т.п. На практике руководители используют коротко-, средне- и долгосрочные показатели эффективности. При этом хозяйство может быть эффективным на основе критерия гибкости и качества, но неэффективным – с позиции выживания (таблица 1 на стр. 145).

Выделяют следующие краткосрочные критерии: производительность, качество, удовлетворенность, гибкость. К среднесрочным критериям относят конкурентоспособность и развитие – инвестирование средств таким образом, чтобы удовлетворять будущий спрос внешней среды. Среди долгосрочных критериев выделяют выживание – идентификацию опасности, угрозы и принятие соответствующих мер [8]. Если существующая на предприятии система управления не отвечает даже текущим задачам бизнеса, тогда она становится существенным тормозом в развитии, снижает конкурентоспособность и негативно влияет на показатели деятельности. Когда предприятие нацелено на развитие, расширение, выход на новые территории, на новые рынки сбыта, где встретится в конкурентной борьбе с более сильными предприятиями, то проблема реорганизации системы управления становится очень актуальной. Поэтому, если ставится задача оценить эффективность управления предприятием, его развитие, то в первую очередь необходимо установить

цели, к которым стремится предприятие, а затем провести диагностику существующей системы управления предприятием на соответствие будущим задачам. Оценка эффективности управления осуществляется по многим параметрам. Для различных предприятий этот набор параметров почти не меняется, но сами параметры имеют различную приоритетность для каждого предприятия. По принципу Парето 80 % усилий и внимания нужно уделять 20 % основных подсистем, функций, бизнес-процессов, которые в наибольшей степени влияют на результаты деятельности. Задача в том, как определить эти важнейшие 20 % и сконцентрировать на них усилия. Исходя из вышесказанного, следует отметить, что система управления должна быть настолько эффективна, чтобы предприятие имело возможность достигать поставленных целей. А цели у каждого предприятия свои, причем на каждом этапе жизненного цикла предприятия его цели и задачи меняются из-за естественного развития предприятия, а также существенно корректируются непосредственными целями владельцев.

Анализ существующих теоретических и практических подходов к показателям эффективности управления в рамках деятельности предприятия позволяет выделить следующие направления анализа различных сторон эффективности как составляющих общей эффективности управления. Во-первых, это экономические показатели эффективности управления. Во-вторых, это эффективность в обеспечении внешней и внутренней социальной политики, соотношении целей организации и общества. В-третьих, это эффективность управления как саморегулирующейся системы, эффективное функционирование которой обеспечивает организационная структура предприятия; адаптационная способность к требованиям рынка и внешнего окружения, изменениям условий поведения людей, контрагентов и т.д.

Литература:

1. Березин А.В. Хозяйственный механизм аграрной сферы и проблемы национального продовольственного рынка / А.В. Березин // Проблемы эффективного функционирования АПК в условиях новых форм собственности и хозяйствования: кол. монография: в 2 т. / [под ред. П.Т. Саблука, В.Я. Амбросова, Г.Е. Мазнева]. — М.: ИАЭ, 2001. — Т.2 — С. 29-31.
2. Бакай С.С. Организационная культура предприятия, методика и прикладной аспект ее оценки / С.С. Бакай, В.И. Полтавец // Вестн. Полтав. гос. аграр. акад. — 2004. — № 3. — С. 48-52.
3. Бешелев С.Д. Экспертные оценки / С.Д. Бешелев, Ф.Г. Гуревич. — М.: Наука, 1981. — 214 с.
4. Загвойская Я.Д. Бенчмаркинг-тестирование эффективности использования ресурсов сельскохозяйственного предприятия / Я.Д. Загвойская // Экономика АПК. — 2010. — № 2. — С. 165-168.
5. Модель делового совершенства EFQM // Европейское качество. — 2004. — № 2. — С. 4–10.
6. Загребельный В.Н. Модель делового совершенства EFQM: глоссарий и методы / В. Загребельный, В. Моисеев, М. Балуква // Методы менеджмента качества. — 2004. — № 9.
7. Маслов Д. Премия качества: возможности для малого бизнеса — шанс для экономики страны / Д. Маслов, А. Белокоровин // Стандарты и качество. — 2005. — № 10.
8. Балабанова Л.В. Управление персоналом: учебник / Л.В. Балабанова, А.В. Сардак. — К.: Центр учеб. лит., 2011. — 468 с.
9. Друкер Питер. Классические работы по менеджменту / Питер Друкер. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — С. 220.

Роль и значение ключевых показателей эффективности в сбалансированной системе управления

Сахнов Сергей Николаевич, кандидат экономических наук, директор Межотраслевой научно-технической комплекс «Микрохирургия глаза» имени академика С. Н. Федорова Министерства здравоохранения России, Краснодарский филиал

Традиционно в большинстве организаций здравоохранения оценка эффективности их деятельности основывается преимущественно на финансовых показателях. Вместе с тем, такая ограниченная система оценки не может служить основой для принятия управленческих решений. Основываясь на данных бухгалтерского учета и отчетности, она неизбежно имеет ретроспективный характер, что значительно снижает ценность системы при принятии управленческих решений стратегического характера.

Внешняя среда, воздействуя на деятельность учреждений в сфере здравоохранения, постоянно повышает требования к качеству и сервису предоставляемой медицинской помощи, существенно влияет на построение структуры организации, скорость протекания бизнес-процессов, стратегические приоритеты и тактические механизмы менеджмента.

Оценивая в целом степень научной проработки указанных проблем, следует отметить необходимость совершенствования организации и управления здравоохранением с использованием медицинских стандартов, сочетанием внутрифирменного менеджмента с государственным регулированием и контролем медицинской помощи.

В настоящее время уделяется особое внимание новым подходам к управлению медицинскими организациями, позволяющим комплексно и более всесторонне оценить деятельность лечебно-профилактических учреждений и управлять ими. Модернизация здравоохранения, принципы, заложенные концепции развития отечественного здравоохранения до 2020 года, значительно меняют подходы к управлению отраслью и вызывают необходимость оперативного решения большого количества новых экономических и административно-хозяйственных задач на региональном уровне. Переход на одноканальное финансирование отрасли, увеличение оплаты труда в государственном здравоохранении, переход на программный бюджет, разработка стандартов оказания медицинской помощи — тенденции, в рамках которых предстоит работать органам управления здравоохранением в ближайшее время в условиях повышения ответственности региональной власти за качество здравоохранения. Уже сегодня регионы стремятся решать задачи качества финансово-экономического планирования в отрасли, расчета объемов и формирования качественных показателей госзаданий для подведомственных учреждений. В этой связи все больше возрастает необходимость изыскания вну-

тренних ресурсов для повышения результативности деятельности медицинских организаций и их подразделений.

Повышение эффективности деятельности медицинских организаций и поиск путей ее улучшения всегда относились к актуальным проблемам управления. Значимость проблемы возрастает и в связи с усилением конкуренции между производителями медицинских услуг, повышаются требования потребителей к качеству и цене на медицинские услуги. Сложность решения этой проблемы заключается не только в разнообразии систем, моделей и подходов к цене эффективности использования производственных ресурсов, но и в возрастающем значении уровня использования нематериальных активов в деятельности медицинской организации.

Поэтому, актуальными являются вопросы разработки сбалансированного управления и комплексных систем сбалансированных показателей, которые, наряду с финансовыми, включали бы в себя маркетинговые и другие составляющие. Системы должны быть гибкими, индивидуальными (адекватными для определенной сферы деятельности с ее отраслевой спецификой) и отвечать стратегическим целям и задачам управления.

Сбалансированное управление медицинской организацией требует применения научно обоснованных методов, позволяющих выявить бизнес-процессы, изучить объемы и структуру себестоимости, внедрить интегрированную систему мониторинга, планирования и организации деятельности, реализовать инструменты, обеспечивающие повышение социо-медико-экономической эффективности.

Исторически появлению сбалансированных систем способствовало прогрессивное развитие целевых методов управления, основу которых составлял целевой подход. Развитие целевых принципов относится к 80-м годам XX столетия, в качестве реакции на ограниченность «традиционных» систем управления [1].

На Западе предприятия начали использовать в практике финансового менеджмента системы взаимосвязанных показателей еще в 1920-х годах. Эти системы были строго детерминированы, то есть использовали более строгие причинно-следственные связи между целями и показателями. Но по мере того, как капитал все более инвестируется в технологии, в совершенствование характеристик и взаимосвязей, которые не могут быть оценены в традиционной финансовой модели, эта структура становится все менее эффективной. Организации используют системы оценочных индикаторов не только потому, что

они позволяют сфокусироваться на краткосрочных финансовых результатах, но и потому, что они идентифицируют стоимость нематериальных активов и конкурентных преимуществ. Не могут быть оценены с использованием финансовых показателей, например, такие характеристики, как качество сервиса, повышения лояльности потребителей к организации.

Совершенно очевидно, что целевое развитие организации как социально-экономической системы является главным. Вектор целей определяется предприятием самостоятельно, исходя из выбранной стратегии. Цель, по сути, — главный мотивирующий фактор. Направление целей в большинстве случаев строится иерархически, приобретая форму «дерева решений». В дальнейшем цепочка целей внедряется на всех структурных уровнях управления: от вышестоящей организации до конкретных бизнес-единиц предприятия. Необходимость использования набора показателей управления в бизнесе подчеркивал Питер Друкер, основатель концепции управления по целям [2].

Современные сбалансированные системы, по сути являются продолжением развития целевого подхода. Рассмотрим наиболее известные концепции и модели.

Сбалансированная система показателей — модель Мейсела. Модель Лоренца Мейсела была предложена в 1992 году [6]. Мейсел определяет четыре перспективы, на основе которых должна быть оценена бизнес-деятельность. В своей модели он использует перспективу людских ресурсов. В ней оценивают инновации, а также такие факторы, как образование и обучение, развитие продукции и услуг, компетентность и корпоративная культура. По мнению Мейсела, руководство предприятия должно быть более внимательным к своему персоналу и оценивать эффективность не только процессов и систем, но и его сотрудников.

К. МакНейр, Р. Ланч, К. Кросс в 1990 году представили модель, которую называли Пирамида эффективности [6], основная концепция которой является связь клиентоориентированной корпоративной стратегии с финансовыми показателями, дополненными ключевыми качественными показателями. Традиционная управленческая информация должна исходить только от верхнего уровня. Пирамида эффективности построена на концепциях глобального управления качеством, промышленного инжиниринга и учета, основанного на «действиях». Под действиями понимается то, что выполняется людьми или машинами (оборудованием, механизмами, компьютерными системами) для удовлетворения потребителей. Цели передаются вниз по организации, в то время как показатели — собираются снизу вверх.

Так на верхнем уровне руководство предприятия формулирует корпоративное видение. На втором уровне — цели подразделений и дивизионов конкретизируются к определенному рынку и финансовым показателям. Третий уровень — фактически не организационный, он состоит из ряда направлений в пределах предприятия. Эти направ-

ления межфункциональны и проходят через несколько структурных подразделений. Здесь цели и функции ориентированы на удовлетворение клиента и гибкость производства и являются связующим звеном между верхними и нижними уровнями пирамиды. Три цели этого уровня показывают драйверы эффективности в отношении двух рыночных целей и одной финансовой. Кроме того, на этом уровне определяются такие оперативные цели, как качество, время поставки, длительность производственного цикла и т. д. Качество и время поставки непосредственно связаны с внешними действиями, а длительность производственного цикла служат индикаторами внутренних действий предприятия.

В самой нижней части пирамиды, то есть в области операций, действия оцениваются ежедневно, еженедельно, или ежемесячно. Это есть четвертый этап.

В верхней части пирамиды преобладают финансовые оценки, периоды которых существенно больше. По мнению авторов модели, система показателей должна быть интегрирована таким образом, чтобы оперативные оценки на нижних уровнях были связаны с финансовыми на верхних. Таким образом, эта модель корпоративного управления способна показать, что лежит в основе финансовых оценок и что ими управляет.

Во Франции и ряде других стран используется система «панель управления», концепция которой в первоначальном виде была сформулирована в начале 30-х годов XX века. В настоящее время «панель управления» существует в модифицированном виде и рассматривается как инструмент управления, предназначенный для потребностей высшего управленческого звена. Ее роль — помогать высшему руководству оперативно получать общее представление о деятельности предприятия и состоянии внешней среды [2].

Видный французский экономист Ж. Л. Мало считает, что причиной возникновения панели управления» была непригодность французского бухгалтерского учета в 1930-х годах для принятия адекватных управленческих решений. Данная система была очень популярна во Франции, однако критика методов управленческого учета и контроля, развернувшаяся в начале 1990-х годов, потребовала пересмотра традиционного представления о «панели управления» и разработки новой концепции, которую французские авторы Ив Чиапелло и Мишель Лебас определяют как инструмент управления, используемый для «выбора, документирования и интерпретации» объединенных причинно-следственными связями финансовых и нефинансовых показателей. Каждый показатель отображает состояние определенной части бизнеса, которой нужно управлять, таким образом, в совокупности «панель управления» является как бы общей моделью функционирования бизнеса как системы. [2].

Модель Адамса и Робертса (Модель EP2M). Кристофер Адамс и Питер Робертс в 1993 году предложили модель, которую назвали EP2M. Это аббревиатура от Effective Progress and Performance Measurement — оценка

эффективности деятельности и роста. Согласно модели EP2M, важно, прежде всего то, что предприятие делает в следующих четырех направлениях:

- обслуживание клиентов и рынков,
- совершенствование внутренних процессов,
- управление изменениями и стратегиями,
- собственность и свобода действий.

В соответствии с теорией стратегический менеджмент включает два последовательных этапа: формулирование стратегии и ее внедрение. Цель системы заключается не только в том, чтобы обеспечить внедрение стратегии в организации, но и в том, чтобы формировать культуру, в которой постоянные изменения — нормальные явления. Показатели эффективности должны обеспечить работников, принимающих решения и отвечающих за реализацию стратегии, быстрой обратной связью [5].

Модель «Стейкхолдер». Суть концепции сводится к тому, что вначале необходимо определить потребности каждой группы заинтересованных лиц. Затем выбрать индикаторы, использование которых позволит установить, достигнуты ли целевые показатели, то есть, удовлетворены ли интересы каждой группы «Стейкхолдеров» [7].

Набор индикаторов для каждой организации индивидуален. Причина — наличие своих ключевых компетенций, необходимость управления поддержкой и созданием конкурентных преимуществ требуют индивидуального подхода к сравнительной оценке. Доказательство — отсутствие стандартизации систем оценочных индикаторов. Модель не имеет четкой структуры, не прослеживаются связи между показателями.

Одним из подходов к формированию сбалансированных систем, которые позволяли бы управлять организацией является сбалансированная система показателей, предложенная Р. Капланом и Д. Нортон. Задача системы состоит в переводе стратегии предприятия в комплексный набор финансовых и немонетарных показателей для внутрифирменных управленческих целей, определя-

ющих основные параметры системы измерения и управления. В классической модели сбалансированная система показателей рассматривает деятельность организации по четырем критериям: финансовому, взаимоотношениям с потребителями, внутренним бизнес-процессам, а так же обучению и развитию персонала [3].

Краткосрочные цели и отражающие их показатели должны быть сбалансированы с долгосрочными целями (финансовая и потребительская составляющая), а внешние оценки деятельности предприятия соотносятся с внутренними (инновации и обучение). Также в системе присутствуют как объективные (финансовые) так и субъективные оценки (удовлетворенность потребителей, персонала и т. п.). В сумме по четырем составляющим для организации выделяются в соответствии со стратегией 20–25 показателей. Стратегические цели, измеряющие их индикаторы, целевые значения индикаторов и стратегические цели увязываются между собой причинно-следственной цепочкой в форме так называемых стратегических карт. Термином «стратегическая карта» Каплан и Нортон предложили назвать причинно-следственные связи между отдельными элементами стратегии организации [4]: квалифицированные, мотивированные, сплоченные в одну команду сотрудники используют развитую инфраструктуру (информационные технологии, оборудование), обеспечивают системе качество бизнес-процессов. Отлаженные бизнес-процессы обеспечивают удовлетворенность потребителей, достижение конкурентных преимуществ и успех организации на рынке. Маркетинговые успехи организации служат залогом финансовых успехов [5]. Сбалансированная система показателей в настоящее время внедряется на ряде предприятий, в том числе и в медицинских организациях, с некоторыми изменениями и дополнениями. Российский менеджмент находится в активном поиске применения стратегических подходов к управлению. Поэтому данная концепция может лишь служить началом дальнейших исследований.

Литература:

1. Стратегическое управление: от программно-целевого метода к Balanced Scorecard/http://www.cfin.ru/software/hyperion/hps/strategy_bsc.
2. Редченко К. Показательное несогласие: Balanced Scorecard и Tableau De Dord.//<http://www.cfin.ru>.
3. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005.
4. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005.
5. Попов Д. Эволюция показателей стратегии развития предприятия//Управление компанией.2003. № 3.
6. Ивлев В., Попова Т. Balanced Scorecard — альтернативные модели // Банки и технологии. 2002. № 4.
7. Козак Н. Сбалансированная система оценочных индикаторов как инструмент управления бизнесом // <http://www.cfin.ru/management/bsc2.shtml>.

Влияние организационной культуры на деятельность организации

Труфанов Александр Викторович, студент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Как свидетельствуют мировые тенденции развития теорий управления — организационная культура все чаще становится объектом управленческой деятельности. В настоящий момент времени существенно увеличилось количество работ по оценке воздействия организационной культуры на показатели эффективности деятельности предприятия, но в то же время теоретическая база сформирована не полностью, отсутствует признанная методика изучения культуры организации, и, наконец, существует угроза того, что изучение организационной культуры будет осуществляться исключительно в рамках теории управления персоналом, что приведет к выведению за рамки изучения влияния культуры организации на целый ряд важнейших характеристик организации.

Изначально интерес к организационной культуре был вызван вопросом, что именно дает возможность крупнейшим американским корпорациям быть столь эффективными и успешными.

Зарубежные исследователи уже давно исследуют вопрос влияния организационной культуры на развитие и деятельность организаций. Так, американцами Т. Питерсом и Р. Уотерманом выделены были основные черты организационной культуры, способствующие успеху:

- 1) решения принимаются даже в условиях нехватки информации;
- 2) центральным моментом организационной культуры является удовлетворённость потребителя;
- 3) поощрение самостоятельности и инициативности;
- 4) человек воспринимается как важнейшая ценность и актив организации;
- 5) руководители организации регулярно посещают управляемые ими объекты и непосредственно общаются с подчинёнными на местах их работы;
- 6) строгая ориентация на основную деятельность, диверсификация не поощряется;
- 7) простота организационной структуры, немногочисленный штат управления; сочетание гибкости (за счет минимума контроля и вмешательств руководства) и жёсткости (за счет общих ценностей) в организации [3].

В. Сате создал модель влияния организационной культуры, в рамках которой рассматривает влияние культуры на организационную жизнь через шесть процессов, при этом выделяя два уровня организационной культуры:

- «1) Поверхностный — включает в себя образцы организационного поведения:
- принятие решений;
 - контроль;
 - коммуникации;
- 2) подповерхностный — состоит из ценностей:

- посвящённость организации;
- восприятие организационной среды;
- оправдание своего поведения [3].

Американским социологом Т. Парсонсом была разработана обобщенная модель взаимосвязи организационной культуры и результатов деятельности организации — модель AGIL. Выделив ряд функций социальной системы (в том числе организации), которые должны обязательно выполняться, чтобы иметь возможность выживания и достижения успеха (адаптация (Adaptation); достижение целей (Goal achievement); интерпретация (Integration); легитимность (Legitimate)), исследователь указал, что ценности организации — наиболее важные средства выполнения вышеназванных функций.

Модель Т. Парсонса была развита Р. Квином и Дж. Рорбахом в их собственной модели, получившей название «Конкурирующие ценности и организационная эффективность», где влияние организационной культуры рассматривалось ими в трёх измерениях, названных конкурирующими ценностями: 1) Интеграция/Дифференциация; 2) Внутренний фокус/Внешний фокус; 3) Средства/Инструменты — Результаты/Показатели [3].

Интерес представляет модель влияния организационной культуры на эффективность организации, разработанная современным швейцарским исследователем Д. Дэнисоном. Заключается она в описании взаимосвязанного воздействия на эффективность организации четырех факторов организационной культуры: вовлеченности, согласованности, адаптивности и миссии. *Вовлеченность* — это состояние, при котором сотрудники чувствуют, что их деятельность тесно связана с целями организации, что они наделены полномочиями, что ценится работа в команде и приоритет отдается развитию человеческих способностей. *Согласованность* — высокий уровень интеграции и координации. *Адаптивность* — состояние, при котором организация гибко реагирует на требования покупателей, принимает риски, учится на своих ошибках и способна к изменениям. *Миссия* — описание целей и направлений стратегического развития организации исходя из сложившегося в организации представления о будущем [1].

В целом следует рассматривать влияние организационной культуры на деятельность организаций в единстве пяти направлений:

- 1) на процессы, протекающие в организации;
- 2) на структуру организации;
- 3) на поведение организаций;
- 4) на конкурентоспособность;
- 5) на общую результативность деятельности организаций.

Такой подход позволит учесть и проанализировать совокупное воздействие организационной культуры на фирму, включая все аспекты деятельности и жизни организаций, даст цельное его понимание [1].

Рассмотрим вышеуказанные направления подробнее. Очень доступно этот вопрос рассмотрен О. Г. Тихомировой. Воспользуемся ее разработками.

Влияние организационной культуры на процесс коммуникации и коммуникационную деятельность представлены в табл. 1 [3]

Влияние организационной культуры на процессы принятия решений, карьеры и социализации приведено в табл. 2 [3]

Влияние организационной культуры на производственный и трудовой процесс приведено в табл. 3 [3].

Взаимосвязь структуры организации и организационной культуры приведена в таблице 4 [3].

Влияние организационной культуры на организационное поведение представлено в табл. 5 [3].

Таблица 1

Влияние организационной культуры на процесс коммуникации

Вид коммуникаций		Показатели влияния организационной культуры
По вертикали	Сверху вниз (приказы, распоряжения, инструкции руководящего аппарата и т. п.)	Формы контроля, иерархия управления, культура труда и отношений «начальник-подчиненный», значимость символов статуса, занимаемой должности
	Снизу вверх (обратная связь в ходе производства, реализации продукции; внесение рацпредложений и т. п.)	Система диалога и связи с руководством, внесения рацпредложений; групповое принятие решений, генерирование идей
По горизонтали	Между подразделениями (через выполнение функций)	Кооперация, сотрудничество, работа в команде, доступность ресурсов для всех подразделений, ротация
	Межличностные	Правила поведения, требования к внешнему виду работников, трудовая этика
Формальные (приказы, распоряжения, выполнение служебных обязанностей и функций и др.)		Степень управленческого вмешательства, посещение руководством управляемых ими объектов, общение с подчиненными
Неформальные (личные отношения между работниками, слухи, неформальные обычаи и т. п.)		Легенды, истории, традиции, обычаи, легенды и т. д., распространенные в организации
Для всех видов коммуникаций		Специфический язык Однозначность восприятия и понимания информации Осуществление обратной связи

Таблица 2

Влияние организационной культуры на процессы карьеры и социализации

Процессы	Направление и характер влияния
Процесс принятия решений	Формирует приоритет коллективного или индивидуального принятия решений
	Снимает неопределенность при принятии решений: даже если не хватает информации, организационная культура дает ответ на вопрос как поступить в той или иной ситуации
	Подвергает этической оценке цели, которые ставятся при принятии решения, альтернативные варианты решения, средства достижения цели
	Влияет на выбранный вариант решения, так как он должен соответствовать ценностям, целям организации и т. д.
	Устраняет проблему несоответствия принятого индивидуумом решения и его этических убеждений, так как этические нормы работника должны находится в соответствии с организационной культурой
Процесс принятия решений	Формирует отношение к организации: если работник лоялен к фирме, он будет стремиться, принимая решения, соблюсти интересы организации, работать на достижение ее целей
	Формирует внутриорганизационную мораль, трудовую этику, то есть отвечает на вопросы что можно, и что недопустимо при принятии и реализации решений
	Формирует знания работника, то есть повышает его компетентность в принятии решения
	Снимает необходимость в прямом и постоянном контроле, приказах и распоряжениях, так как они компенсируются общей организационной культурой. Тем самым повышается возможность самостоятельного принятия решений

Процесс карьеры	Формирует отношение работников к карьере
	Устанавливает критерии для повышения (понижения) по службе
	Формирует отношение к социальному статусу, должности, к символам статуса
	Обеспечивает возможность карьерного роста для неизменных или умирающих специальностей за счет постоянного обучения, ротации
Процесс социализации	Ускоряет социализацию индивида за счет культурной адаптации

Таблица 3

Влияние организационной культуры на производственный процесс и организацию трудовых процессов

Процесс	Основные показатели влияния
Производственный процесс	Отношение работников к труду, к результату своей работы
	Культура производства (чистота производственных помещений и оборудования, налаженность инфраструктуры производства (складского, инструментального, ремонтного, транспортного и т. п. хозяйств), температура воздуха, запыленность производственных помещений, шум и т. п.)
Производственный процесс	Применяемая технология производства: насколько она является передовой, современной, экономичной, уровень ее сложности и т. п.; используемые машины и производственное оборудование на предприятии: каков состав парка оборудования, современность, уровень морального износа, какова структура парка оборудования и т. п.
	Производственная структура, наличие кооперации между рабочими местами и подразделениями, уровень специализации, на степень вовлеченности работников в весь производственный процесс и т. п.
	Проведение или отсутствие научных исследований и опытно-конструкторских разработок как первых стадий цикла «исследование-производство».
Трудовой процесс	Трудовая этика и дисциплина
	Культура организации трудового процесса (предоставление спецодежды, специального питания для рабочих, наличие мест релаксации во время Рабочего дня, музыкального фона и др.).
	Квалификация работающих на предприятии
	Уровень автоматизации и компьютеризации рабочих мест

Таблица 4

Взаимосвязь структуры организации и организационной культуры

Характеристика организационной структуры	Значение характеристики	Возможный тип организационной культуры
Тип структуры	Функциональный	Бюрократический, интровертный, коллективистский
	Матричный	Инновационный, индивидуалистический, интровертный/экстравертный
Иерархия	Минимальная	Инновационный, индивидуалистический, интровертный/экстравертный
	Максимальная	Бюрократический, коллективистский, интровертный/экстравертный
Централизация	Централизованное управление	Бюрократический, коллективистский
	Децентрализованное управление	Инновационный, индивидуалистический
Формализация (степень важности письменных распоряжений, правил)	Высокое значение	Бюрократический, интровертный, коллективистский
	Невысокое значение	Инновационный, индивидуалистический, интровертный/экстравертный

Влияние организационной культуры на организационное поведение

Основные показатели организационного поведения	Основное направление влияния организационной культуры
Поведение индивида в организации	Правила, формы общения (формального и неформального), приоритетность личных или общих интересов, отношение работника к фирме, коллективизм или индивидуализм и др.
Мотивация	Преобладание внешней или внутренней мотивации, способы мотивации, поощрения, вознаграждения, повышения по службе и др.
Социально-психологический климат	Психологические условия труда, символы и значимость статуса, наличие и частота конфликтов и др.
Групповое поведение	Отношение к власти, особенности лидерства, принятые роли в коллективе и отношение к ним, сотрудничество между членами группы, ее иерархия, возможность группового принятия решения и др.

Влияние организационной культуры на конкурентоспособность организации проявляется в виде положительной репутации и привлекательного имиджа фирмы и производимого продукта (товара или услуги) среди потребителей, деловых партнеров, общественности [2].

В случае, когда организационная культура ориентирована на инновации, повышается трудовой потенциал работников, формируется интеллектуальная собственность организации, что и повышает конкурентоспособность фирмы за счет наличия уникальных разработок, технологий, продукции [2].

Литература:

1. Иванова Т.Б., Журавлёва, Е. А. Корпоративная культура и эффективность предприятия [Текст]: Монография / Т. Б. Иванова, Е.А Журавлёва. — М.: РУДН, 2011. — 152 с.
2. Макаренченко М. А. Основные направления воздействия организационной культуры на эффективность деятельности предприятия (бизнес-коммуникаций) [Текст] / Макаренченко М. А. // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. — 2004. — № 3. — с. 86–99. — С. 2004.
3. Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: учебное пособие для студентов вузов [Текст] / О. Г. Тихомирова. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 151 с.

Основные подходы к диагностике организационной культуры

Труфанов Александр Викторович, студент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

При усилении конкурентной борьбы, под влиянием факторов внешней среды, объективно необходимо постоянное изменение и разработка новой эффективной стратегии предприятия, а, соответственно, формирование новой организационной культуры. Для создания такой корпоративной культуры обычно проводится диагностика существующего уровня, который отражает эффективность и перспективы взаимодействия различных сфер деятельности компании.

Итак, из всего вышеизложенного мы видим, что влияние организационной культуры на общую результативность деятельности организации складывается из совокупности рассмотренных нами в статье направлений ее воздействия. В целом, процессы, структуры, поведение, уровень конкурентоспособности организации и формируют общую результативность ее деятельности. Поэтому можно сказать, что организационная культура так или иначе влияет на все характеристики результативности.

Существует несколько авторских подходов и соответствующих им методов диагностики уровня организационной культуры.

Так, Соломанидина Т. О. выделяет три основных подхода к изучению организационной культуры, каждый из которых предполагает свои методы исследования и анализа [1]. Данный автор выделяет холистический, метафорический (или языковой) и количественный подход.

Холистический подход предполагает глубокое погружение исследователя в культуру и участие в ней либо в качестве глубоко сопричастного наблюдателя, либо — члена коллектива или консультанта. Ситуация, таким образом, изучается путем реального погружения в нее. Чтобы получить максимально достоверный результат, исследователю следует стать «членом организации» и использовать весь арсенал средств наблюдения и получения информации об организационной культуре.

Метафорический или языковой подход предполагает изучение образцов документов, их языка, отчетности, легенд, рассказов и мифов, стереотипов общения и языка общения, девизов организации и т. д., то есть всего документально-языкового арсенала общения и коммуникации сотрудников, из героев и антигероев, из чего формируется общее представление об организационной культуре.

Количественный подход предполагает использование методов, дающих количественную оценку конкретным проявлениям организационной культуры (таких как опросы, анкетирование, интервьюирование и т. п.) организационной культуры [1].

Теплова Л. Е. предлагает достаточно детальную классификацию методов исследования и анализа организационной культуры [3].

С помощью общенаучных методов исследуются не объекты, а проявляется интерес непосредственно к организации и процедуре познавательного процесса. Их еще называют общелогическими методами. В эту группу методов входят общеизвестные методы, не требующие разъяснений: абстрагирование, анализ, синтез, мыслительно-логические (индукция, дедукция, классификация) предназначенные для получения первичной информации о культуре организации.

На практике культура организации можно изучается разными эмпирическими методами исследований в зависимости от ее содержания, структуры и уровня исследования [3]. Среди самых распространенных эмпирических методов исследования выделяются опросы (интервью, анкетирование), косвенные методы (изучение устного фольклора, документов, сложившихся в организации правил, традиций, церемоний и ритуалов, а также изучение сложившейся практики управления).

Важнейшее значение для исследования организационной культуры среди эмпирических методов принадлежит опросам в устной (интервью) или письменной (анкетирование) форме. Основное требование при их проведении — обеспечение наибольшей степени достоверности получаемой при опросе первичной информации, характеризующей оценку работниками культуры организации.

Косвенные методы предполагают получение информации путем опроса работников организации на предмет оценки особенностей сложившейся организационной культуры. С помощью таких методов работники организации получают возможность лучше осознать сложившуюся организационную культуру и в результате оце-

нить степень ее влияния на процесс и результаты своего труда [3].

Интерес представляют, на наш взгляд, два подхода к диагностике организационной культуре, которые выделяет Стеклова О. Е.:

1. Идеографический («понимающий», «интерпретативный»), в основе которого лежит использование качественных методов, в том числе традиционный анализ документов организации, включенное монографическое наблюдение (исследование), глубинные интервью.

2. Формализованный (количественный), характеризующийся использованием различных стандартизованных опросников. Среди формализованных методов можно выделить:

— социологические исследования (анкетирование, интервью);

— концепцию Г. Ховштеде;

— измерения Э. Шейна;

— модель С. Ханди;

— Модель Денисона [2].

Рассмотрим их подробнее.

С помощью качественных методов в рассматриваемой организации можно изучить следующие аспекты корпоративной культуры:

— устный фольклор;

— сложившиеся в организации правила, традиции, церемонии и ритуалы;

— различные документы, определяющие жизнедеятельность организации;

— сложившуюся практику управления.

Метод монографического исследования позволяет изучить историю корпоративной культуры организации, ее события, рассказы, узнать о личности, олицетворяющей культуру, и т. д., то, что дает начало ретроспективному анализу культуры [2].

В любой организации есть свой фольклор, который нигде не записан и передается из уст в уста. Именно в нем находят отражение основные черты сложившейся организационной культуры. Ценности, установки, которые оказывают решающее влияние на поведение работников организации, не передаются путем письменных инструкций, приказов или распоряжений. Преимущественно они передаются и проявляются в неформальном общении.

Глубинное интервью используется обычно как средство установления контакта с персоналом организации и сбора качественной информации, которую практически невозможно получить ни из документов, ни методом анкетирования. Это мнение сотрудников о компании, ее ресурсах и трудностях в развитии; уровень мотивации; предложения по совершенствованию работы, внутренние конфликты, неформальные связи и информация частного характера. Это требует значительных затрат времени, а эффективность его зависит от профессионализма интервьюера [2].

Жизнь любой организации подчиняется некоторой системе формальных и неформальных правил. Примером

установленных формальных правил являются правила внутреннего трудового распорядка. Неформальные правила касаются сферы общения с коллегами, отношений «подчиненный—руководитель», одежды, профессионального жаргона и т. п. Во многих организациях работники жестко следуют неписаным правилам в отношении поддержания определенного уровня производительности.

Нормы и ценности, культивируемые руководством, могут передаваться и закрепляться через определенные церемонии, процедуры, ритуалы.

Специалисты подчеркивают, что ритуалы с большой пользой применяются во многих организациях, чтобы напомнить персоналу об огромной важности фирменных ценностей и чтобы помочь каждому сотруднику в усвоении и принятии этих ценностей. Рассматривая в самом общем плане ритуалы, применяемые в трудовой среде, их можно разделить на следующие основные типы:

- ритуалы при поступлении на работу;
- организационные ритуалы, или ритуалы открытия;
- интегрирующие ритуалы;
- ритуалы, связанные с отдыхом и восстановлением

[3].

Благодаря ритуалам и церемониям приобретает конкретные очертания и осмысливается всем персоналом фирмы все то ценное, что происходит в трудовой, производственной и исследовательской среде.

Изучение действующих в организации традиций, формальных и неформальных правил должно быть направлено в первую очередь на определение того, какое влияние они оказывают на рабочее поведение персонала и в какой мере они поддерживают выработанную руководством стратегию организационного развития.

Сложившаяся в организации практика управления также является важным источником информации о преобладающей корпоративной культуре. Насколько в компании преобладает авторитарное управление, как принимаются решения (узким кругом лиц или допускается более широкое участие работников в подготовке важнейших решений), преобладающие системы контроля, степень осведомленности работников о положении дел в организации — все это важнейшие черты управленческой практики, влияющие на основные составляющие организационной культуры.

Культура организации находит свое отражение и в документах, определяющих жизнедеятельность организации. В качестве таких документов выступают уставы, декларации, различные планы, программы, приказы, распоряжения, должностные инструкции, положения и др. Хотя живая культура больше отражается в представлениях и ценностях работников и руководителей, чем в документах, игнорировать этот источник информации не следует.

Итогом изучения сложившейся в организации культурной среды должно стать решение трех задач.

Первая задача — ясно осознать (прописать, сформулировать) ведущие ценности, приоритеты, установки,

призванные поддержать перспективную организационную стратегию.

Вторая задача — прояснить, какие культурные ценности будут помогать (или мешать) реализации стратегических целей организации.

Третья задача — оценка имеющегося разрыва, то есть степени соответствия сложившейся корпоративной культуры стратегии развития организации (бизнеса), выработанной руководством [2].

При изучении корпоративной культуры конкретной компании важно обеспечить достоверность получаемой информации. Этому способствует использование целого комплекса методов, где анкетирование работников организации может играть важнейшую роль.

К основным достоинствам анкетирования можно отнести его экономичность и оперативность, а также независимость от личности интервьюера. Использование этого метода позволяет собрать значительный объем информации и провести статистический анализ. Опросники обычно разрабатываются непосредственно под конкретные задачи компании.

Социометрия применяется для диагностики отношений. С ее помощью возможно определить социально-психологическую совместимость сотрудников подразделений, поведение сотрудников, моральный климат и уровень конфликтности в коллективе, а также степень сплоченности или разобщенности коллектива. Социометрические исследования дают возможность выявить лидера или, наоборот, «отвергнутых»; обнаружить «группировки», во главе которых стоят неформальные лидеры [2].

Тесты используются при подборе персонала, расстановке и ротации кадров, формировании управленческого резерва. Личностные опросники, к примеру, используются с целью выявления личностных особенностей сотрудников: установок, особенностей мотивации, характера, деловых и личностных качеств. Следует всегда помнить, что использование тестов требует максимальной корректности и осторожности.

Ролевые игры, тренинги имеет смысл проводить при оценке персонала при принятии управленческих решений о выдвижении на должность (когда много кандидатов и необходима быстрая сравнительная оценка), аттестации персонала, при формировании программы профессионального развития сотрудников и т. д. Или же такая оценка идет как дополнительная, если основной задачей ставится обучение персонала [2].

Ошибка большинства российских руководителей заключается в нежелании учитывать воздействие организационной культуры на эффективность управления персоналом, развития предприятия и формирования организационного сознания, которое определяет поведение, цели и даже мироощущение всех сотрудников данной организации. А ведь именно характеристики организационной культуры влияют на все процессы, происходящие в организации. Знание особенностей позволит увеличить эффективность необходимых для организации процессов

и снизить вредное воздействие негативных явлений как внешней, так и внутренней среды, тем самым повысить эффективность и устойчивость (стабильность) предприятия. Таким образом, затраты на изучение, формирование

и совершенствование организационной культуры направлены на перспективу и в дальнейшем не только окупаются, но и способствуют сохранению и процветанию организации в условиях усиления конкуренции.

Литература:

1. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании. Учебное пособие/Т. О. Соломанидина. — М.: Инфра-М, 2010. — 186 с.
2. Стеклова О. Е. Организационная культура: учебное пособие / О. Е. Стеклова. — Ульяновск: УлГТУ, 2007. — 127 с.
3. Теплова Л. Е. Алгоритм исследования организационной культуры [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://economuch.com/potrebiteľskaya-kooperatsiya/algorithm-issledovaniya-organizatsionnoy.html>

15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Проблемы совершенствования пенсионной системы в современных условиях

Мамиек Людмила Алиевна, кандидат экономических наук, доцент
Майкопский государственный технологический университет (Республика Адыгея)

Главная проблема любой пенсионной системы, как правило, — несбалансированность доходной и расходной частей пенсионного бюджета. Помимо причин экономического характера, важной является тенденция старения населения. В нашей стране в настоящее время наблюдается сочетание не самых благоприятных факторов для развития и совершенствования системы пенсионного обеспечения.

Ключевые слова: пенсионная система, пенсионное страхование и обеспечение, численность пенсионеров, доходы и расходы пенсионного бюджета.

Во всех цивилизованных странах, где сложились традиции социальной ответственности государства перед пожилыми людьми, в настоящее время ведутся исследования по оптимизации моделей пенсионной системы.

Главная проблема любой пенсионной системы, как правило, — несбалансированность доходной и расходной частей пенсионного бюджета. Помимо причин экономического характера, важной является тенденция старения населения. В нашей стране в настоящее время наблюдается сочетание не самых благоприятных факторов для развития и совершенствования системы пенсионного обеспечения. Реформирование российской экономики и пенсионной системы продолжается на фоне экономической и финансовой нестабильности в стране и в мире.

Пенсионное страхование и обеспечение занимают наибольшую часть в объеме всех социальных выплат, так как они покрывают социальные риски, связанные с постоянной нетрудоспособностью и утратой трудового дохода в результате наступления преклонного возраста, инвалидности или смерти кормильца семьи. Реализация этих социальных рисков приводит к противоречиям, несоответствию параметров уровня жизни отдельного человека с общественными нормами и стандартами жизни.

Проанализируем основные показатели деятельности Отделения ПФР по Республике Адыгея, характеризующие состояние пенсионного обеспечения.

Отделение Пенсионного фонда РФ по РА — лучшее региональное отделение, добившиеся наиболее выдающихся результатов в своей работе в 2012 году. Отделению Пенсионного фонда РФ по Республике Адыгея присвоено звание «Лучшее Отделение ПФР в Южном федеральном округе за 2012 год». В общем зачете по всем направлениям деятельности Отделение ПФР по Республике Адыгея заняло 6 место среди 82-х региональных отделений ПФР в субъектах Российской Федерации. При подведении итогов конкурса учитывались такие показатели эффек-

тивности работы с клиентами, как своевременность назначения пенсий, оперативность работы по приему и обработке заявлений граждан, использование современных электронных технологий работы с информацией. Высокая оценка, данная работе регионального пенсионного ведомства Адыгеи — следствие большой кропотливой работы, проделанной сотрудниками Отделения и управлений (Отдела) ПФР в городах и районах республики в 2012 году.

В результате данной работы средний размер трудовых пенсий за 2012 год возрос на 10,1 % и составил 8 316,38 руб., по старости — на 10,0 % и достиг 8 672,17 руб. Ещё существеннее оказался — и в абсолютном, и в относительном измерении — рост доходов получателей двух пенсий: инвалидов вследствие военной травмы, участников Великой Отечественной войны (см. табл. 1)

Размеры ежемесячных денежных выплат (ЕДВ) отдельным категориям граждан (федеральным льготникам) возросли (проиндексированы) на 6,0 %. Средний размер ЕДВ составил 1 833,77 руб. По удельному весу недоимки по страховым взносам на обязательное пенсионное страхование ОПФР по РА вошло в число региональных отделений ПФР, имеющих лучший результат в Российской Федерации: доля недоимки по страховым взносам обязательное пенсионное страхование составила 0,83 % от суммы начисленных страховых взносов за 2010–2012 годы, что ниже аналогичного показателя 2011 года в 3,25 раза. Продолженная в 2013 году работа по развитию системы электронного документооборота со страхователями позволила достичь территориальным органам ПФР в республике практически 100 %-ного представления отчетности по персонифицированному учету пенсионных прав работающих граждан по телекоммуникационным каналам связи с электронной подписью. Так, по итогам 2012 года ОПФР по РА по организации и ведению персонифицированного учета заняло второе место среди региональных отделений Российской Федерации.

Таблица 1

Средний размер назначенных месячных пенсий (рублей на конец года)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Все пенсионеры	1835,7	2302,2	2567,0	3347,6	4096,8	5562,0	6786,1	7358,6	8115,4
в том числе получающие пенсии:									
по старости	2000,0	2496,7	2780,3	3592,4	4400,4	5948,0	7283,0	7887,3	8672,2
по инвалидности	1444,1	1829,6	2016,3	2663,7	3224,4	4468,3	4737,8	5103,9	5611,7
по случаю потери кормильца (на каждого нетрудоспособного члена семьи)	1231,5	1516,6	1739,3	2167,7	2803,3	3784,8	4999,6	5465,0	6081,6
социальные	1166,5	1622,8	1673,6	2442,2	2706,7	3796,0	4246,3	4648,7	5329,2

Отделение Пенсионного Фонда по Республике Адыгея не только занимает ведущие позиции в Южном Федеральном округе, но и входит в число лучших в Российской Федерации. В Адыгее 24,5 % населения трудоспособно, остальная его часть — это дети и пенсионеры. То есть основная часть жителей республики нуждается в социальной поддержке государства.

Оценить социальную значимость регионального Отделения Пенсионного фонда РФ для республики можно, в частности, исходя из следующего экономического показателя: общие расходы из бюджета ПФР на пенсионное обеспечение, на осуществление различного рода доплат и выплат, на улучшение материального положения отдельных категорий граждан, реализацию региональных социальных программ составили по Республике Адыгея в 2012 году 13 млрд. 378,8 млн. руб., что существенно выше доходной части регионального бюджета на 2012 год.

Назначение и выплата пенсий, оказание государственной социальной помощи по линии ПФР в 2013 году проходило по всей территории Российской Федерации своевременно и без сбоев. По итогам 2013 года расходы ПФР на пенсионное обеспечение превысят 5,1 трлн. рублей. Это почти на 600 млрд. рублей 689 больше, чем в 2012 году. Общая численность пенсионеров, получающих

пенсии по линии ПФР, составляет 40,8 млн. человек. [1] Из них 33,8 млн. — получатели трудовой пенсии по старости, 2,38 млн. — получатели трудовой пенсии по инвалидности, 1,3 млн. чел — получатели трудовой пенсии по случаю потери кормильца, почти 3,4 млн. — получатели пенсии по государственному пенсионному обеспечению. Нужно отметить, что численность пенсионеров в Республике Адыгея на 01.01.2013 года составила 122 564 человека, или 27,7 % от численности населения (см. таблицу 2). Наибольшее количество пенсионеров Республики Адыгея проживает в г. Майкопе — 38,6 % от общей численности, наименьшее — в Шовгенновском районе — 3,9 % и в г. Адыгейске — 3,3 %. [2]

В 2012 году ПФР обеспечил выполнение всех мероприятий по повышению уровня пенсионного обеспечения граждан. Повышен уровень пенсионного обеспечения 40,6 млн. пенсионеров.

Трудовые пенсии были с 1 февраля 2013 года проиндексированы на 6,6 % и с 1 апреля — на 3,3 %. Также с 1 апреля на 1,81 % были проиндексированы пенсии по государственному пенсионному обеспечению. В результате всех произведенных повышений средний размер трудовой пенсии по старости в 2013 году составил 9 790 рублей. Средний размер пенсионного обеспечения инвалидов

Таблица 2

Численность пенсионеров и средний размер назначенных месячных пенсий пенсионеров, состоящих на учете в органах социальной защиты населения по видам пенсионного обеспечения по Республике Адыгея

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Численность пенсионеров, тысяч человек									
Все пенсионеры	122,2	121,2	119,0	117,9	117,6	118,3	121,2	121,9	122,6
в том числе получающие пенсии:									
по старости	92,1	91,3	91,0	91,4	92,0	92,8	97,8	98,3	99,1
по инвалидности	14,3	13,9	12,4	11,4	10,9	11,0	8,3	8,3	8,2
по случаю потери кормильца (на каждого нетрудоспособного члена семьи)	9,7	9,4	8,7	7,8	6,6	5,9	5,9	5,9	5,8
социальные	5,5	6,0	6,4	6,7	7,6	8,0	8,6	8,7	8,8

Таблица 3

Динамика средних размеров пенсий в Российской Федерации (руб.)

	за 2011 год	за 2012 год	абс. прирост, чел.	прирост, %
Средний размер пенсии в РФ	8 273	9 154	881	10,6
Средний размер трудовой пенсии:	8 510	9 405	895	10,5
- по старости	8 876	9 790	914	10,3
- по инвалидности	5 497	6 053	556	10,1
- по случаю потери кормильца	5 323	5 948	625	11,7
Средний размер пенсии по гос. пенсионному обеспечению (соц. пенсии)	5 207	5 919	712	13,7

вследствие военной травмы и участников Великой Отечественной войны — 24 280 рублей и 25 283 рубля соответственно. Средний размер социальной пенсии составил 5 919 рублей. В 2013 году была увеличена социальная пенсия детям-инвалидам и инвалидам с детства I группы. С учетом проведенной 1 апреля индексации ее размер составляет 8 861,54 рубля (см. таблицу 3).

Если провести анализ численности получателей ежемесячных денежных выплат по Республике Адыгея, то за 2012 год он составил 45478 человек. А численность получателей федеральной социальной доплаты к пенсии в Республике Адыгея на 01.01.2013 г. составила 14317 человек (11,7 % от общей численности пенсионеров), средний размер доплаты — 837,08 руб.

Средний размер пенсии в республике за 2012 год увеличился на 756,80 руб., или на 10,3 %, и составил 8115,44 руб. (см. таблицу 4)

Средний размер трудовых пенсий: по состоянию на 01.01.2013 г. возрос по сравнению с 01.01.2012 г. на 10,1 % и составил 8316,38 руб. (на 01.01.2012 г. средний размер трудовых пенсий составлял 7554,80 руб.), по ста-

рости — на 10,0 % и составил 8672,17 руб. (на 01.01.2012 средний размер пенсии по старости составлял 7887,26 руб.), что на 4034,17 руб., или на 53,4 % выше прожиточного минимума пенсионера, утвержденного Кабинетом министров Республики Адыгея на IV квартал 2012 года в размере 4 638 рублей. [3]

В целом по республике назначение пенсий и иных выплат осуществляется в установленные законом сроки на 100 %, т. е. в 10-дневный срок с даты представления последнего документа заявителем. За 2012 год вынесено 7389 решений о назначении (отказе) пенсий в установленные законом сроки, осуществлен перерасчет пенсий по различным основаниям 4 077 пенсионерам, назначена ежемесячная компенсационная выплата неработающим трудоспособным лицам, осуществляющим уход за нетрудоспособными гражданами к пенсии 3792 получателям.

Таким образом, важными условиями достижения успеха в проведении модернизации пенсионной системы являются:

— разработка государственной программы вовлечения в трудовую деятельность лиц старших возрастов

Таблица 4

Средний размер назначенных пенсий и его соотношение со средним размером начисленной заработной платы и величиной прожиточного минимума пенсионера по Республике Адыгея

	Средний размер назначенных месячных пенсий, руб.	Средний размер пенсии в процентах к		Средний размер пенсии, в реальном выражении (с учетом индекса потребительских цен), в процентах к предыдущему году
		среднему размеру начисленной заработной платы	величине прожиточного минимума пенсионера ¹⁾	
2004	1835,7	43,0	111,9	100,7
2005	2302,2	44,9	114,7	112,3
2006	2567,0	40,0	106,1	102,8
2007	3347,6	41,6	113,5	117,2
2008	4096,8	40,6	120,5	106,4
2009	5562,0	48,2	150,5	125,1
2010	6786,1	51,0	165,1	109,5
2011	7358,6	46,7	172,3	104,5
2012	8115,4	48,6	175,0	102,8

¹⁾ Величина прожиточного минимума пенсионера за IV квартал соответствующего года

путем формирования рабочих мест для старших возрастных групп;

— разработка государственной программы, нацеленной на формирование страхования лекарственного обеспечения и социального обслуживания пожилого населения;

— нормативные (законодательные) и договорные формы повышения заработной платы у работников с низкими ее уровнями, а также поэтапное повышения МРОТ до соотношения 40–50 % от средней ее величины.

В качестве стратегических направлений деятельности

Литература:

1. Итоги пенсионной реформы и долгосрочные перспективы развития пенсионной системы РФ с учетом влияния мирового финансового кризиса [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://www.minzdravsoc.ru>.
2. <http://www.01pfr.ru/>
3. http://www.pfrf.ru/ot_adigeya/

Предложения по улучшению занятости населения в Пермском крае

Надеева Надежда Анатольевна, магистр, преподаватель
Пермский колледж экономики и управления;

Надеева Алевтина Борисовна, старший преподаватель
Днепропетровская государственная финансовая академия (Украина)

Вданной статье рассматриваются возможные мероприятия по улучшению занятости населения и представляется расчёт экономического эффекта от внедрения этих мероприятий в действие на примере Пермского края.

В соответствии с действующим законодательством о занятости населения государственная политика Российской Федерации в области содействия занятости населения направлена на:

- 1) развитие людских ресурсов для труда;
- 2) обеспечение равных возможностей всем гражданам Российской Федерации независимо от факторов (пол, возраст и т. д.) в реализации права на добровольный труд и свободный выбор занятости;
- 3) поддержку трудовой и предпринимательской инициативы граждан, осуществляемой в рамках законности, а также содействие развитию их способностей к производительному, творческому труду;
- 4) обеспечение социальной защиты в области занятости населения, проведение специальных мероприятий, способствующих обеспечению занятости граждан, особо нуждающихся в социальной защите и испытывающих трудности в поиске работы;
- 5) предупреждение массовой и сокращение длительной (более одного года) безработицы;
- 6) поощрение работодателей, сохраняющих действующие и создающих новые рабочие места, прежде всего, для граждан, особо нуждающихся в социальной защите

Фонда в 2014 году Правлением ПФР признаны: проведение мероприятий по реализации новой пенсионной формулы, совершенствование накопительного компонента, трансформация института досрочных пенсий. Основными целями стратегии долгосрочного развития пенсионной системы Российской Федерации должны стать — повышение уровня пенсионного обеспечения граждан, достижение долгосрочной финансовой устойчивости обязательного пенсионного страхования и сбалансированности бюджета Пенсионного фонда РФ.

и испытывающих трудности в поиске работы;

7) сочетание самостоятельности органов власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления в обеспечении занятости населения;

8) координацию деятельности государственных органов, профессиональных союзов, иных представительных органов работников и работодателей в разработке и реализации мер по обеспечению занятости населения и контроля за ними и т. д.

Региональный аспект государственной политики занятости реализуется через ежегодно принимаемые субъектами Российской Федерации территориальные программы содействия занятости населения, учитывающие особые факторы и условия, влияющие на состояние рынка труда в регионах.

Государственная политика на региональном уровне реализуется в рамках федеральной программы, путем выполнения региональных и местных программ содействия занятости населения, учитывающих особенности демографического и социально-экономического развития территорий.

Решение проблем трудоустройства на региональном уровне возможно следующим образом:

- 1) развитие системы подготовки и переподготовки населения (в первую очередь временно незанятого);
- 2) совершенствование информационного обеспечения;

3) обеспечение приспособленными помещениями и подготовленными кадрами центров занятости;

4) целевая поддержка рабочих мест для сдерживания высвобождения работающих;

5) повышение эффективности регистрации, трудоустройства и социальной поддержки безработных;

6) поддержка на рынке труда беженцев и вынужденных переселенцев, граждан с ограниченной трудоспособностью, длительно безработных, женщин, молодежи и подростков и других социально незащищенных групп населения;

7) организация общественных и временных работ.

В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р, Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики», основными задачами государственной политики в сфере реализации подпрограммы являются:

1) расширение практики стажировок в организациях молодых специалистов с целью их последующего трудоустройства на постоянное рабочее место;

2) стимулирование занятости женщин, имеющих несовершеннолетних детей и детей-инвалидов;

3) создание условий для интеграции в трудовую деятельность лиц с ограниченными физическими возможностями, в частности путем создания специальных рабочих мест для инвалидов;

4) развитие системы профессиональной ориентации и психологической поддержки населения, в том числе профессиональной ориентации школьников, повышение их мотивации к трудовой деятельности по профессиям, специальностям, востребованным на рынке труда;

5) повышение качества предоставления услуг в области содействия занятости населения на основе развития государственной службы занятости населения и частных агентств занятости, их взаимодействия;

6) осуществление комплекса мер по содействию внутренней трудовой миграции, включая совершенствование системы предоставления государственной поддержки гражданам и членам их семей, переселяющимся для работы в другую местность, включая субсидирование затрат на переезд и обустройство;

7) реформирование системы государственной социальной поддержки безработных граждан с целью стимулирования их к активному поиску работы;

8) предоставление на добровольной основе дополнительных мер защиты от безработицы на страховых принципах (возмещение утраченного из-за потери работы заработка, определяемого в соответствии с периодом оплачиваемой занятости и размером страховых отчислений).

В рамках программы дополнительных мер по снижению напряженности на рынке труда Пермском края,

нацеленной на реализацию приоритетных задач социальной политики и модернизации экономики в части создания эффективного и цивилизованного рынка труда предусмотрена муниципальная политика в сфере регулированию трудовых отношений.

Например, государство выделит средства из федерального бюджета на помощь по содействию самозанятости безработных граждан, тем самым появятся новые рабочие места. Экономический эффект должен показать следующие результаты:

1) снижение числа безработных граждан;

2) увеличение налоговых отчислений в краевой бюджет;

3) улучшение качества обслуживания, работ и услуг благодаря повышению конкуренции и др.

В таблице 1 приведен примерный расчет экономической эффективности мероприятия по содействию самозанятости безработных граждан на базе муниципальных бизнес-инкубаторов.

Расчет показывает, что если Правительство Пермского края примет решение о выделении из краевого бюджета финансовых средств для субсидирования 1500 начинающих предпринимателей из числа безработных в размере 151,8 млн. рублей (1 субсидия в размере годового максимального пособия по безработице составит 100 тыс. рублей), экономический эффект данного мероприятия в виде заработной платы бывших безработных и отчислений с нее в социальные фонды составит 141,26 млн. рублей, а его окупаемость составит 1,93 рубль на 1 рубль затрат.

При этом государство должно обеспечить защиту местного производителя от внешнеэкономической конкуренции, совершенствование нормативно-правовой базы, направленной на стимулирование развития рабочих мест, усиление роли и ответственности участников социально-трудовых отношений в сфере занятости населения, стимулирование работодателя к расширению социальных гарантий для своих подчиненных, совершенствование налогового законодательства, введение налоговых льгот для инновационных проектов, льготное кредитование, государственный заказ, что приведет к экономическому росту страны в целом.

Аналогичный расчет можно провести по таким проблемным категориям безработных как граждане с ограниченными возможностями и женщины. Эти расчеты приведены в таблицах 2 и 3 соответственно.

Данный расчет показывает, что если Правительство Пермского края примет решение о выделении из краевого бюджета финансовых средств для усиления трудоустройства 1000 инвалидов из числа безработных в размере 31,2 млн. рублей (1 субсидия в размере годового максимального пособия по безработице составит 30 тыс. рублей), экономический эффект данного мероприятия в виде заработной платы бывших безработных и отчислений с нее в социальные фонды составит 66,17 млн. рублей, а его окупаемость составит 3,12 рубль на 1 рубль затрат.

Таблица 1

Расчет экономического эффекта от создания бизнес-инкубатора
по содействию самозанятости безработных граждан

№	Показатель	Единица измерения	Показатель	Источник, способ расчета
1	Численность безработных, создавших собственное дело	человек	1 500	
2	Средняя продолжительность периода работы в отчетный год	месяцев	7	(12 мес. – 5 мес.=7 мес.), где 5 мес. — средняя продолжительность безработицы в Пермском крае
3	Среднемесячная заработная плата начинающего предпринимателя	тыс.рублей	21,47	данные Пермьстата о средней зарплате в регионе в феврале 2013
4	Годовой ФОТ участников мероприятия	тыс.рублей	293 065,5	стр.1хстр.2хстр.3х1,3 (30 % — отчисления в соц. фонды)
5	Затраты краевого бюджета на выдачу субсидий начинающим предпринимателям	тыс. рублей	151 800,00	150 000,0 тыс. руб. + 1800 тыс. руб. (обучение и компенсация организационных расходов)
6	Экономический эффект мероприятия	тыс. рублей	141 265,5	стр.4 — стр.5.
7	Окупаемость (экономическая эффективность на 1 руб. затрат)	рублей	1,93	стр.4/стр.5

Таблица 2

Расчет экономического эффекта по содействию занятости безработных граждан с ограниченными способностями

№	Показатель	Единица измерения	Показатель	Источник, способ расчета
1	Численность безработных, устроенных на работу	человек	1 000	
2	Средняя продолжительность периода работы в отчетный год	месяцев	7	(12 мес. – 5 мес.=7 мес.), где 5 мес. - средняя продолжительность безработицы в Пермском крае
3	Среднемесячная заработная плата работника с ограниченными возможностями (50 % средней по краю)	тыс.рублей	10,7	данные Пермьстата о средней зарплате в регионе в феврале 2013
4	Годовой ФОТ участников мероприятия	тыс.рублей	97 370,0	стр.1хстр.2хстр.3х1,3 (30 % — отчисления в соц. фонды)
5	Затраты краевого бюджета на выдачу пособий безработным	тыс. рублей	31 200,0	30 000,0 тыс. руб. + 1200 тыс. руб. (обучение и компенсация организационных расходов)
6	Экономический эффект мероприятия	тыс. рублей	66 170,0	стр.4 — стр.5.
7	Окупаемость (экономическая эффективность на 1 руб. затрат)	рублей	3,12	стр.4/стр.5

Данный расчет показывает, что если Правительство Пермского края примет решение о выделении из краевого бюджета финансовых средств для усиления трудоустройства 1000 женщин из числа безработных в размере 31,2 млн. рублей (1 субсидия в размере годового максимального пособия по безработице составит 30 тыс. рублей), экономический эффект данного мероприятия в виде заработной платы бывших безработных и отчислений с нее

в социальные фонды составит 164,17 млн. рублей, а его окупаемость составит 6,26 рубль на 1 рубль затрат.

Таким образом, проведенные расчёты экономического эффекта позволяют выявить дополнительные возможности по трудоустройству определённого количества безработных граждан с выгодой, как для бюджетов различных уровней, так и для трудоустроенных граждан, а также для экономики в целом.

Таблица 3

Расчет экономического эффекта по переобучению и содействию занятости безработных женщин

№	Показатель	Единица измерения	Показатель	Источник, способ расчета
1	Численность безработных, устроенных на работу	человек	1000	
2	Средняя продолжительность периода работы в отчетный год	месяцев	7	(12 мес. — 5 мес. = 7 мес.), где 5 мес. — средняя продолжительность безработицы в Пермском крае
3	Среднемесячная заработная плата	тыс. рублей	21,47	данные Пермьстата о средней зарплате в регионе в феврале 2013
4	Годовой ФОТ участников мероприятия	тыс. рублей	195 377,0	стр.1хстр.2хстр.3х1,3 (30 % — отчисления в соц. фонды)
5	Затраты краевого бюджета на выдачу пособий безработным	тыс. рублей	31 200	30 000,0 тыс. руб. + 1200,0 тыс. руб. (обучение и компенсация организационных расходов)
6	Экономический эффект мероприятия	тыс. рублей	164 177,0	стр.4 — стр.5.
7	Окупаемость (экономическая эффективность на 1 руб. затрат)	рублей	6,26	стр.4/стр.5

Представленные расчёты отражают положительный эффект от расходования бюджетных средств на поддержку организации своего дела и переобучение проблемных категорий безработных.

В целом, повышение занятости населения позволит снизить социальную напряжённость в обществе, увеличить поступления в бюджеты различных уровней за счёт роста фонда оплаты труда, повысить жизненный уровень населения.

Литература:

1. Об утверждении Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 № 1662-р.;
2. Апостолова Т. М. Социальная политика Российской Федерации и правовой механизм ее реализации: учеб. пособие для вузов — М.: ВЛАДОС, 2010. с. 478;
3. <http://permstat.gks.ru/>;
4. <http://szn.perm.ru/>.

Оценка качества налогового и бюджетного планирования в субъекте федерации на примере Белгородской области

Никулина Евгения Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;
Федюшина Инна Геннадиевна, магистрант
Белгородский государственный университет

Планирование и прогнозирование выступают необходимыми компонентами научно обоснованного бюджетного процесса, без которых действия государства будут носить преимущественно характер реагирования на изменения в экономике и общественной жизни. Задачи бюджетного и налогового планирования состоят в обеспечении возможности рассмотрения и оценки аль-

тернативных вариантов достижения экономических и социальных целей, проведении эффективной бюджетно-налоговой политики [5, с. 88].

Анализ Белгородской области целесообразно проводить в соответствии со следующими аналитическими блоками, позволяющими получить наиболее информативную критериальную оценку состояния финансовой основы ор-

Таблица 1

Нормативные значения отдельных финансовых показателей

Показатель	Нормативное значение
Налоговая (фискальная) автономия муниципального образования	>0,4
Бюджетная автономия муниципального образования	>0,6
Коэффициент долгосрочного покрытия	<1 (БКРФ)
Коэффициент текущего покрытия	<1 (БКРФ)
Коэффициент обслуживания долга	<0,15 (БКРФ)
Бюджетная дефицитность (сбалансированность бюджета) субъекта РФ	<0,15 (БКРФ)
Бюджетная дефицитность (сбалансированность бюджета) муниципального образования	<0,1 (БКРФ)

ганов власти на местах в условиях сформированного законодательства и системы бюджетного и налогового планирования: структура доходов бюджетов; структура расходов бюджетов; выявление уровня бюджетной и налоговой автономии; дефицит бюджета; заёмная политика; роль доходов бюджетов разных уровней в доходах консолидированного бюджета.

Анализ агрегированных данных по результатам исполнения бюджетов дает совокупную оценку финансового состояния территорий. В целях получения более конкретной интерпретации состояния планирования бюджета Белгородской области будем использовать методику оценки качества, налогового и бюджетного планирования, основанную на математическом аппарате определения системы коэффициентов.

Методика оценки качества бюджетного и налогового планирования на основе интегрированного показателя состоит в следующем. На первом этапе производится расчет показателей оценки использования налогового потенциала: индекс налоговой активности в субъекте федерации, коэффициент налоговой автономии. Каждый показатель обозначается K_{ij} , что соответствует i -му значению финансового показателя j -ой территории. На втором этапе осуществляется расчет показателей оценки использования бюджетного потенциала: коэффициент бюджетной автономии, коэффициент бюджетной сбалансированности, коэффициент долгосрочного покрытия, коэффициент текущего покрытия, коэффициент обслуживания долга. Порядок расчета перечисленных индикаторов, их экономический смысл приведены в приложении 1, где представлена вся система коэффициентов эффективности управления финансами территорий.

Приведенные значения по каждому показателю оценки использования налогового и бюджетного потенциалов определяются:

$$K_{ij}^* = 1 / (K_{ij} / K_{i\text{норм}}), \text{ где}$$

K_{ij}^* — приведенный i -й показатель по j -му муниципальному образованию.

$K_{i\text{норм}}$ — нормативное значение i -го показателя.

Интегрированный показатель качества бюджетного и налогового планирования определяется суммированием частных индикаторов:

$$K_{ij} = \sum K_{ij}^*$$

При расчете пограничных значений интегрированного показателя учтены нормативные значения выбранных коэффициентов, участвующих в его определении (табл. 1).

На основе полученных значений интегрированных показателей можно сформировать следующую классификацию уровней планирования для муниципальных образований:

- высокое качество планирования и использования налогового или бюджетного потенциала;
- критическое качество планирования и использования налогового или бюджетного потенциала;
- неудовлетворительное качество планирования и «использования налогового или бюджетного потенциала».

Используя данный подход и информацию отчетов субъектов федерации об исполнении бюджетов, получаем результаты анализа коэффициентов налогового и бюджетного планирования в Белгородской области за 2010–2012 гг. Наглядно результаты анализа представлены в таблице 2.

Значение ячейки, равное единице означает нахождение показателя в норме, значение «0» означает несоответствие показателя нормативам.

Прокомментируем полученные результаты. Почти все регионы Белгородской области формируют и исполняют бюджеты при критическом и удовлетворительном качестве планирования. В значительной степени это обусловлено низким значением налоговой автономии по сравнению с рекомендованным в качестве оптимального, а также близким к пограничному значению коэффициента бюджетной автономии, что свидетельствует о перекосах в планировании бюджетов. Несмотря на то, что в работе принято в качестве нормативного значения на соотношение текущих бюджетных расходов и доходов,

Таблица 2

Анализ коэффициентов налогового и бюджетного планирования в Белгородской области за 2010–2012 гг.

	Налоговая (фискальная) автономия муниципального образования			Бюджетная автономия муниципального образования			Коэффициент текущего покрытия			Бюджетная дефицитность (сбалансированность бюджета) муниципального образования		
	10	11	12	10	11	12	10	11	12	10	11	12
Алексеевский муниципальный район и город Алексеевка	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
Белгородский муниципальный район	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Борисовский муниципальный район	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Город Валуйки и Валуйский муниципальный район	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
Вейделевский муниципальный район	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Волоконовский муниципальный район	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Грайворонский муниципальный район	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
Ивнянский муниципальный район	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Корочанский муниципальный район	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Красненский муниципальный район	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Красногвардейский муниципальный район	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Краснояружский муниципальный район	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Новооскольский муниципальный район	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
Прохоровский муниципальный район	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
Ракитянский муниципальный район	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ровенский муниципальный район	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
Чернянский муниципальный район	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Шебекинский муниципальный район и город Шебекино	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Яковлевский муниципальный район	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1

равное 1 (как установлено БК РФ), и ему соответствуют все районы области, представляется целесообразным стремиться к значению этого показателя, не превышающему 0,8. При таком коэффициенте появится возможность не менее 20 % расходов бюджета направлять на ка-

питальные затраты, потребности долгосрочного развития территории, инвестирование в повышение качества предоставляемых бюджетных услуг и разработку инновационных методов планирования в налогово-бюджетной сфере.

Коэффициенты долгосрочного покрытия и обслуживания долга, рассчитанные в целом по областному бюджету также находятся в пределах нормативных показателей, что является очень важным моментом.

Таким образом, финансовое состояние субъектов федерации и муниципальных образований характеризуется высоким уровнем зависимости от вышестоящих бюджетов,

неудовлетворительным качеством налогового и бюджетного планирования, преобладанием политики текущего финансирования. Укрепление финансовой базы территорий, повышение наполняемости их бюджетов требует, прежде всего, привлечения механизмов стратегического планирования, более глубокого анализа способностей субъектов федерации и муниципальных образований к саморазвитию.

Литература:

1. Боровикова Е. В. Бюджетное устройство и механизм бюджетного регулирования на уровне субъект федерации — муниципальные образования. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и КО», 2007. — 160 с.
2. Грушина О. В. Бюджетирование: методологическое осмысление и проблемы практической постановки. — Иркутск: БГУЭП, 2006. — 245 с.
3. Ковалева Т. М. Бюджетная политика и бюджетное планирование в субъекте Российской Федерации. — СПб: Изд. С.-Пб. гос. ун-та экономики и финансов. — 2001. — 190 с.
4. Государственный и муниципальный долг: Учебно-метод. пособие. / Под ред. Л. И. Унгаицкого. — М.: Финансы и статистика, 2007. — 192 с.
5. Поляк Г. Б. Финансово-бюджетное планирование: Учебник. — М.: Вузовский учебник, 2007. — 544 с.
6. Селезнев А. З. Бюджетная система Российской Федерации: Учебное пособие. — М.: Магистр, 2007. — 381 с.
7. Internet.http://www.budgetrf.ru
8. Internet.http://www,minfin.ru

Необходимость развития кластерных отношений в автомобилестроительной отрасли Самарской области

Фролова Оксана Юрьевна, студент
Тольяттинский государственный университет

Современная экономика диктует участникам рынка новые условия и ставит новые задачи. Покупатель становится более требовательным, а конкуренция — жесткой. Отсутствие тесного сотрудничества разных субъектов рынка, институтов науки и образования, а также органов государственной власти ведет к тому, что ассортимент предоставляемых товаров и услуг не соответствует требованиям покупателя, а существующая система нормативно-правового регулирования не обеспечивает качественной организации партнерских отношений между субъектами экономики. Данная ситуация увеличивает техническое и экономическое отставание от более развитых стран и регионов. В связи с этим возникает острая необходимость в некотором специфическом способе взаимодействия организаций, который позволит им производить качественную и востребованную продукцию и в то же время не утратит движущей силы конкуренции. Такой формой взаимодействия является кластер.

В переводе с латинского слово «cluster» обозначает гроздь, созвездие. Именно так метафорически можно изобразить данную форму сотрудничества. Кластер — это партнерское объединение компаний, организаций и институтов, работающих по одной тематике, располо-

женных в пределах доступности друг к другу — на расстоянии двух-трех-часовой поездки не машине. Расстояние указано неслучайно, оно имеет большое значение. Когда говорят о том, что кластер — это особая форма сотрудничества, важно отметить, что речь идет также о сотрудничестве конкурентов. На формировании связей между участниками кластера уходит около четырех-пяти лет. Эти связи основаны не только и не столько на сотрудничестве, но главным образом и на доверии. А для этого необходимы личные долгосрочные контакты и, как следствие, возможность контактировать.

Основой кластера является наука. Прогресс не стоит на месте, поэтому новые разработки устаревают все быстрее, в результате чего возникает необходимость модернизации и очередных научно-практических проектов.

Цели и потребности кластера определяют разнообразный состав его участников. Предприятия различных масштабов обеспечивают производство продукции одной отрасли, от поставки сырья и материалов до создания готовой продукции. Университеты и образовательные учреждения, а также исследовательские центры и лаборатории являются научными центрами и базой для новых разработок, а также готовят специалистов, необходимых

кластеру. Органы власти обеспечивают правовую и иные виды поддержки, которые необходимы для развития устойчивых связей внутри кластера. Также участниками являются различные финансовые институты, объекты культуры, профессиональное сообщество средства массовой информации. Таким образом, кластер собирает не менее 130 участников на ограниченной местности.

Однако просто наличие всех участников на одной территории не является показателем наличия кластера. Кластер существует только тогда, когда о нем говорят в стране и за рубежом. Именно эта известность — показатель того, что взаимодействие участников является эффективным, а продукция — конкурентоспособной. Так примерами успешных кластеров могут быть IT-кластер Кремниевой долины (Калифорния, США), MedicalValley (Дания-Швеция) и множество других.

Еще одно важное свойство кластера — он действует как магнит, то есть привлекает как целевую аудиторию, так и кластеры других направлений. Именно поэтому на территории расположения кластера всегда развита инфраструктура и созданы все для жизни и роста людей, которые в нем задействованы.

Таким образом, становится понятно, что подобная глобальная система не возникает на пустом месте. Кластер создается там, где уже есть все предпосылки, которые существовали в данном регионе исторически. И для того, чтобы кластер занял устойчивое положение необходимо порядка десяти — двенадцати лет.

Партнерство в устойчивом и эффективном действующем кластере выполняет широкий ряд функций, от информационной до распределительной.

Чаще всего именно информационная функция является основной. Цель каждого предприятия, входящего в кластер, обеспечить партнеров наиболее полной и достоверной информацией о своей деятельности. Это является важной частью как формального, так и неформального взаимодействия и построения доверительных отношений. Также любое предприятие должно иметь свободный доступ к аналогичной информации о своих партнерах.

Координационная функция проявляется в корректировке и координации направлений деятельности предприятий согласно целям развития кластера в целом: производство совместного товара и развитие общих проектов, совместные усилия участников, направленные на освоение новых рынков и стратегии сбыта продукции.

Представительские функции обеспечивают связи с организациями и предприятиями вне кластера, главным образом формируя представление о кластере у потенциальных потребителей как в стране, так и за рубежом.

Консультативная функция служит развитию организаций и укреплению связей между ними. Это обеспечивается посредством проведения различного рода мероприятий, позволяющих организациям получить помощь юридического, экономического или организационного характера. Такой формой мероприятий могут быть семинары, форумы или научные конференции.

Распределительная функция обеспечивает распределение и перераспределение ресурсов и доступа к факторам производства. Эффективное распределение ресурсов служит базой для отбора наиболее конкурентоспособных предприятий и служит мощным стимулом развития.

В России в последние годы понятие кластера стало звучать все чаще. В 2013 году 13 инновационных территориальных кластеров получили финансирование из федерального бюджета. В их число вошли инновационный территориальный Аэрокосмический кластер Самарской области, ядерно-инновационный кластер г. Димитровграда Ульяновской области, биофармацевтический кластер Новосибирской области, кластер радиационных технологий Санкт-Петербурга, кластер ядерно-физических и нанотехнологий в г. Дубна и другие. Власти осознают необходимость данной структуры, поэтому все чаще проводятся мероприятия, направленные на выявление кластеров и разработку эффективных программ сотрудничества. Одним из таких мероприятий стала программа «Молодежь и кластеры», проведенная в Самарской области под эгидой правительства. В частности был затронут вопрос автомобильного кластера Самарской области. В рамках данной программы был проведен социологический опрос населения. Жителям Самарской области был задан два вопроса: «Вы знаете, что такое кластер?» и «Хотите ли вы, чтобы в Самарской области развивался кластер?». В подавляющем большинстве случаев ответы были следующими: «Не знаем», «Не надо». Такое положение вещей по большей части и является причиной того, что кластер не развивается: люди не знают, а от незнания возникает естественная реакция — инертность.

Тем не менее, автомобильный кластер в Самарской области существует, по крайней мере, для тех, кто в нем задействован. Первой предпосылкой для его возникновения стал запуск Волжского автомобильного завода в 1970 году. Именно того на территории возникла потребность в сырье, материалах и автокомпонентах для функционирования автогиганта. Как следствие стали востребованы специалисты определенных технических направлений, что дало толчок для развития образовательных учреждений и научно-исследовательских центров. В результате возникновения большого числа предприятий различного масштаба, стали возникать и новые финансовые институты. Благодаря столь стремительным темпам роста числа организацией стала развиваться экономика и инфраструктура региона.

На данный момент в регионе эффективно функционируют более 100 предприятий-производителей автокомпонентов, включая 19 предприятий города Димитровграда, территориально расположенного в Ульяновской области и 6 крупнейший автосборочных заводов, в том числе лидер отечественного автопрома ОАО «АвтоВАЗ». Подготовку компетентных кадров обеспечивают более 20 профильных образовательных учреждений по 26 техническим направлениям подготовки. Бесперебойную работу предприятий обеспечивает большое количество компаний, предостав-

ляющих весь спектр логистических услуг. Необходимо иметь в виду, что в Тольятти активно ведётся обустройство Особой Экономической Зоны для строительства новых предприятий по производству автокомпонентов. Инженерное обеспечение новых разработок на данный момент осуществляют научно-исследовательские центры, а также высшие учебные заведения. Кроме того на стадии становления находится комплекс компетентцентров технопарк «Жигулёвская долина». На территории расположено более 100 банков, в том числе несколько дочерних организаций крупнейших международных банковских ассоциаций, таких как GE Capital и SocieteGeneraleGroup, около 150 лизинговых организаций и иных финансовых институтов, которые служат для проведения расчетов и в качестве источников финансирования [2, 3, 4]. Также на территории проводится огромное число тематических фестивалей, которые служат популяризации направления деятельности кластера.

Автомобильный кластер Самарской области производит все виды транспортной продукции, от автокомпонентов, резинотехнических и металлоизделий, электрооборудования до готовых автомобилей. Большая часть предприятий сосредоточена на производстве металлоизделий, электрооборудования и деталей интерьера (рис. 1).

Такой широкий спектр предлагаемых автокомпонентов неслучаен, ведь доля «АвтоВАЗа», основного потребителя данного вида продукции, на российском рынке составляет 18%. Однако на областном рынке автокомпонентов присутствуют пустые сегменты, такие как автостекло и автоэлектроника. Эти сегменты являются базой для создания новых предприятий, привлечения капитала, российского и иностранного, и создания новых рабочих мест. Проведенный анализ наглядно демонстрирует, что в Самарском регионе существует автомобильный кластер, но он имеет довольно малую известность. Причиной этому является ряд сдерживающих факторов.

Первый и самый главный сдерживающий фактор — отсутствие взаимодействия, как межотраслевого, так и между предприятиями прямого потока производства. Эта проблема касается не только Самарского региона, но и всей России в целом. Еще не развит в стране тот уровень социальной культуры, который позволяет эффективно взаимодействовать с конкурентами. У предпринимателей достаточно прочно утвердилось мнение, что они работают исключительно на себя, отсюда и соответствующая модель поведения.

Помимо того, до настоящего времени государство уделяло недостаточно много внимания на развитие кластеров,



Рис. 1. Сегментарная структура предприятий-производителей автокомпонентов

что в свою очередь не могло не сказаться на ситуации в целом. Поддержка государства оказывает значительное влияние на формирование отношения к кластерному способу взаимодействия. Следует учесть, что цель государства — сформировать отношение участников к кластеру и создавать максимально комфортную среду для развития [5].

Таким образом был создан автомобильный кластер Восточной Германии по инициативе правительства пяти федеральных земель: Берлин-Бранденбург, Тюрингия, Мекленбург-Передняя Померания, Саксония и Саксония-Анхальт. На настоящий момент в составе кластера находятся компании с мировым именем: BMW, DaimlerChrysler, Opel, Porsche, а также не менее известные научно-исследовательские и образовательные институты: Институт им. Фраунгофера, Технический университет Дрездена, Высшая школа торговли Лейпцига и другие [6].

Из мирового опыта видно, что формирование кластеров влияет на всю экономику страны в целом, а для России этот вопрос стоит особенно остро [5]. Наличие су-

щественной доли автомобилестроения в структуре экономики страны, по мнению многих экспертов, характеризует уровень ее развития. К тому же производство автомобилей способствует активизации смежных отраслей — от металлургической до электронной (то есть возникает синергетический эффект) [1]. Эффективно функционирующий автомобильный кластер Самарской области даст толчок экономическому развитию страны и региона. На данный момент есть все условия для того, чтобы развивать автомобильный кластер, есть необходимая база, поэтому следует приложить основные усилия на формирование цели деятельности и основных направлений. Кластер необходим для повышения конкурентоспособности и развития всей автомобильной промышленности региона и основным направлением деятельности следует обозначить налаживание эффективной коммуникации между участниками кластера. Все это позволит кластеру стать саморегулируемой и стабильной системой и даст толчок к достижению поставленных целей и выходу на международный рынок.

Литература:

1. Гарунович Е.О. Анализ современных тенденций в развитии мирового автомобилестроения // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия: Экономика. 2012. № 4 (16). С. 173–177.
2. Павлова Е.В. Структура и динамика лизинговых операций // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 1. С. 94–99.
3. Павлова Е.В. Снижение финансовых рисков лизинговых операций посредством производных инструментов // Вопросы экономики и права. 2011. № 40. С. 167–172.
4. Павлова Е.В. Хеджирование лизинговой деятельности фьючерсными и форвардными контрактами // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2010. № 20. С. 151–155.
5. Павлова Е.В., Тупейко С.А. Анализ федерального бюджета российской федерации за 2009–2011 года // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 4 (11). С. 155–158.
6. Шехтман А.Ю. Особенности развития автомобильных кластеров в посткризисный период // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2013. № 1 [27]. С. 161–171.

Уровень монополизации современной экономики России

Халяндра Олег Игоревич, студент

Тюменский государственный нефтегазовый университет

Цель работы заключается в изучении монополистической конкуренции — рыночной ситуации, когда многочисленные продавцы продают схожие товары, стремясь придать им реальные или мнимые уникальные качества.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи: оценить методы конкуренции; определить уровни монополизации современной экономики; описать работу антимонопольного регулирования в России; разработать пути повышения конкурентоспособности российских субъектов. Объектом исследования в данной работе выступает монополизация современной

экономики России. Предметом исследования является монополистическая конкуренция, как самый распространенный тип рынка, наиболее близкий к совершенной конкуренции.

Основные характеристики монополистической конкуренции: относительно большое число некрупных фирм; эти фирмы производят разнообразную продукцию, продукт каждой фирмы в чем-то специфичен, потребитель легко может найти товары-заменители и переключить свой спрос на них; сохраняются возможности относительно легкого вступления в отрасль новых производителей.

Неценовая конкуренция — главное оружие монополистической конкуренции. Особое значение в ней приобретает реклама. Проникновение на рынок монополистической конкуренции довольно легкое; достаточно предложить товар со свойствами, которые заинтересуют покупателя. Монополистическая конкуренция свойственна реально существующим рынкам. Она помогает покупателю наиболее полно удовлетворить потребности, активизирует торговлю и производство.

Олигополия — это господство на рынке нескольких фирм, производящих идентичные или схожие товары. В условиях олигополии возможна как ценовая, так и неценовая конкуренция. Между предприятиями существует тесная взаимозависимость.

Чистая, или абсолютная, монополия — это такая рыночная ситуация, при которой имеется только один продавец товара, у которого нет близких заменителей. Отсутствие близких заменителей означает, что у покупателя остается выбор не между товарами, а между тем, покупать ли данный товар или отказаться вообще от удовлетворения потребности в нем.

Анализ уровня монополизации современной экономики России

Разрушение рынков монополистами не сулит экономике ничего хорошего. Подавляя конкуренцию, они подавляют стимулы к технологическим инновациям, делают экономику чрезвычайно расточительной, развивающейся главным образом за счет привлечения дополнительных ресурсов, обрекают ее на низкую эффективность. Для получения прибыли в отсутствие конкурентов не обязательно осваивать эффективные технологии, снижать затраты и расширять сбыт, достаточно навязать потребителям монопольные цены. В монополизированной экономике цены слабо реагируют на колебания потребностей и спроса, а монополии заглушают импульсы, которые идут от спроса к производству. При изучении того или иного рынка принимается во внимание способность, действующих на нем фирм обеспечить своевременное обновление выпускаемой продукции, ее высокую конкурентоспособность, высокое качество, эластичность цен. Если эти требования недостижимы, то рынок признается монополизированным, а действующие на нем фирмы подлежат демополизации. Контроль за степенью монополизации наиболее чувствителен в отраслях, генерирующих технологические нововведения и оказывающие влияние на состояние всей экономики. Монопольная политика вызывает в ответ формирование государственной политики, главной задачей которой становится поддержание высокой конкурентоспособности рынков.

В России с переходом к рыночным отношениям, когда предприятия получили реальную экономическую самостоятельность, остро встала проблема демополизации экономики. Предприятия, освободившись от зависимости перед вышестоящими органами, министерствами и ве-

домствами, получив полное право определять объемы производства и цены реализуемой продукции, начали действовать как классические рыночные монополии.

Основной из всех проблем советской экономики был маленький рынок сбыта ее продукции и небольшие объемы производства. Основным целевым рынком был СССР или, в лучшем случае, Советский Союз плюс Восточная Европа. Продажи на таком небольшом рынке не позволяли иметь конкурентоспособные масштабы производства. В то же время на внутреннем уровне советско-российская экономика оказалась высоко монополизированной. Но даже несмотря на это российские предприятия из-за своей малозначительности оказались неспособными добиться настоящей эффективности в условиях либерализации цен и начавшейся вслед за ней разрушительной инфляции.

Экономика России претерпевает существенные изменения. В ходе приватизации очевидно уже разрушены старые технологические комплексы, этому способствовали процессы разрушения общего экономического пространства сначала между Союзом и странами Восточной Европы, потом между республиками бывшего СССР. Но если в начале приватизации многие экономисты считали, что предприятия сами, под влиянием рыночных механизмов, начнут искать пути к новым формам объединений, создавать новые хозяйственные комплексы, то они ошибались. Необходимо участие государства, которое должно координировать деятельность предприятий, указывать им общие ориентиры.

Государственный монополизм в России, складывался под влиянием следующих факторов: наличие административно командной системы управления: директивное управление и централизованные доходы; устойчивый и массовый дефицит, монополия возникающая из дефицита может сама его воспроизводить, так как не заинтересована в полном удовлетворении потребительского спроса; концентрация и специализация производства. Здесь можно выделить и распространившуюся в свое время систему натурального распределения, которая разрушает рынок и обеспечивает всевластие монополий.

В силу своего значения для экономики внимание привлекают три главные монополии — «Газпром», «ЕЭС России» и МПС.

Пути повышения конкурентоспособности российских субъектов

С момента создания и в процессе функционирования каждая промышленная и коммерческая компания поставлена перед проблемой обеспечения конкурентоспособности, в том числе международной. Международная конкурентоспособность любого хозяйственного субъекта складывается из ряда преимуществ, которые выявляются на мировом рынке путем сопоставления с соответствующими показателями зарубежных фирм-конкурентов.

Среди российских компаний международной конкурентоспособностью обладают лишь занятые в экспортоори-

ентированном сырьевом секторе, производстве военной техники и вооружений, выпуске уникального современного технологического оборудования, разработке новых товаров и материалов. Однако их позиции на мировом рынке не столь прочны, как у ведущих транснациональных корпораций. В борьбе на мировых товарных рынках российские компании могут использовать лишь ценовые факторы. Но в современной борьбе за мировые рынки необходимо реализовать преимущества научно-технической революции и международного разделения труда, которые на деле доступны лишь крупным транснациональным компаниям. Официально ни одна российская компания не сырьевых отраслей не входит в списки ТНК.

Однако по таким показателям, как объем продаж и число занятых, около двух десятков компаний можно условно (поскольку, как правило, они ведут производственную деятельность за рубежом) отнести к разряду транснациональных. К транснациональным компаниям относятся компании топливно-энергетического комплекса такие как: РАО «ЕЭС России», РАО «Газпром», «ЛУ-Койл», «Роснефть», и др.

Наиболее разумный путь к процветанию и повышению конкурентоспособности на внешнем рынке — это включение принципов устойчивого развития во все сферы предпринимательской деятельности, поэтому следует выделить **основные факторы**, по которым предприятия должны строить свою конкурентоспособность: необходимо проектировать предприятия на основе ГПС; организационная структура должна строиться на основе целей предприятия; специализацию и концентрацию производства необходимо осуществлять на основе анализа рациональности структур и процессов; в учет и регулирование производственных процессов необходимо включить средства автоматизации мониторинга; среди персонала необходимо осуществлять отбор, выбирая более квалифицированных рабочих, чтобы создать условия для продвижения, мотивируя качественный и эффективный труд с целью обеспечения его конкурентоспособности.

Ресурсные факторы: постоянно анализировать конкурентную среду, количество поставщиков, силу конкуренции между ними, их конкурентоспособность для выбора наилучших; следить за параметрами рынка, чтобы не упустить возможность получить качественное и дешевое сырьё; стимулировать проведение подробного анализа, так как в будущем экономия ресурсов у потребителей товаров будет приоритетным направлением деятельности предприятия; стимулировать проведение функционально-стоимостного анализа выпускаемой продукции и элементов производства.

Технические факторы: проводить работу по увеличению количества изобретений и патентов, включая па-

тентованные технологии; увеличивать удельный вес прогрессивного технологического оборудования, снижать его средний возраст; следить за качеством изготовления товаров, применяя современные методы контроля.

Управленческие факторы: повышать статус квалифицированных менеджеров; разрабатывать и реализовать мероприятия по совершенствованию процессов; соблюдать высокую дисциплину организации поставок сырья, материалов, комплектующих изделий, укреплять дисциплину поставок при удорожании производственных площадей; проводить внутреннюю и внешнюю сертификацию продукции и систем, т. е. систему управления качеством, которая должна соответствовать международным стандартам.

Рыночные факторы: необходимо изучать параметры рынков и проводить мониторинг рыночной инфраструктуры; обеспечить доступ к рынку новых технологий; принимать меры по стабилизации всех конкурентных преимуществ; обеспечить высокую патентоспособность товаров, чтобы быть более конкурентоспособным; повышать уровень квалификации маркетологов и работников сбыта; повышать эффективность системы стимулирования сбыта и послепродажного обслуживания.

Фактор эффективности функционирования организации: повышение научного уровня управления; проследивание интенсивности капитала по коэффициентам оборачиваемости видов ресурсов или капитала; финансовая устойчивость функционирования организации; повышение эффективности использования всех ресурсов.

Выводы и предложения

Если предприятие будет выполнять все требования, из предложенного перечня, или хотя бы большую часть, то его вполне можно будет считать конкурентоспособным. И чем больше оно будет иметь конкурентных преимуществ, тем выше его эффективность и перспективность.

Переход от плановой экономики к рыночной осуществляется непоследовательно, и в таких условиях не может образоваться нормальная конкурентная среда. Государство передало часть своих монополий в частные руки, и получилось ещё хуже, чем было. Монополисты стали независимыми диктаторами на рынке. Государство пытается мешать монополизации рынков, но редко это оказывается действенно. Государство защищает свои товары, в том числе производимые и монополиями или олигополиями. Независимо от типа рыночных структур необходимым условием их нормального функционирования является экономическая свобода, самостоятельность, независимость субъектов экономических отношений.

Литература:

1. Вечканова Г. Р. Микроэкономика: 8-е изд. / Г. Р. Вечканова, Г. С. Вечканов — СПб.: Питер, 2010. — 208 с.
2. Липсиц И. В. Раскрывая тайны экономики / И. В. Липсиц, Л. Л. Любимов. — М.: «Вита-Пресс», 2005.

3. Экономический обзор. Развитие российской экономики в 2010 г. // ЭКО. — 2011. — № 2.
4. Ясин Е. Конкурентоспособность и модернизация российской экономики / Е. Ясин, А. Яковлев // Вопросы экономики. — 2004. — № 7. — С. 8.

Золотодобыча в депрессивном регионе: тенденции и перспективы (на примере Забайкальского края)

Шевченко Юрий Степанович, кандидат технических наук, доцент
Забайкальский государственный университет (г. Чита)

Золото — гарант экономической безопасности государства. Поэтому важно, чтобы добыча этого металла была прибыльной и достаточно стабильной, т. е. эксплуатация месторождений коррелировалась с восполнением запасов. При этом важен один момент: в горнорудном (в частности, золотодобывающем) промысле не технологии диктуют условия, а экономические нюансы, вернее, экономико-политический симбиоз. Существенно, что основной удар этого симбиоза приходится на периферийные и тем более депрессивные территориальные единицы.

Забайкальский край является одним из ведущих золотодобывающих регионов страны (и здесь было выплавлено первое золото России). В то же время, обладая весьма значительным потенциалом в плане природно-минеральных ресурсов, он остается депрессивным, что отчасти объясняется его приграничным расположением (с востока Китай, с юга — Монголия) и политикой государства в отношении таких регионов.

В отличие от прилегающих территорий субъектов РФ Забайкальский край не смог удержать золотодобычу на достигнутом в советское время уровне. Падение золотодобычи, начиная с 90-х годов 20 века, продолжалось из года в год. В последние годы количество добываемого коренного и россыпного золота стабилизировалось и составило порядка 10 тонн в год [4].

В 1989 году из-за общего кризисного состояния экономики в стране и, особенно, в горнодобывающей промышленности, спад добычи валютного металла сократился более чем в 1,5 раза. В регионе практически полностью была прекращена отработка коренных месторождений, что объясняется слабым экономическим положением большинства недропользователей, в основном мелких старательских артелей. Последние были не в состоянии осваивать крупные месторождения, требующие значительных затрат на доразведку и подготовку их эксплуатации. Крупных же предприятий в регионе не было, поскольку в силу своего расположения Забайкалье рассматривалось только в качестве сырьевого придатка. В конце перестройки в результате структурно-организационных мероприятий наблюдался незначительный рост золотодобычи — до 5,8 тонн, что составило примерно 4 % общероссийской золотодобычи.

В Забайкалье известны три источника золота, определявшие минерально-сырьевую базу золотодобычи на протяжении полуторавекового отрезка истории. К ним относятся золоторудные месторождения, золотосодержащие россыпи и комплексные месторождения, представленные главным образом серебро- и золотосодержащими рудами полиметаллических месторождений.

По сути довольно высокая привлекательность сырьевой базы региона полностью не раскрыта. Она позволяет добывать около 6 тонн золота из россыпей и довести до 5–6 тонн золотодобычу из коренных месторождений. Сейчас назрела острая необходимость вводить в эксплуатацию новые месторождения. Также одной из основных задач геологов сегодня является доразведка разведанных ранее месторождений золота.

Анализ фактически достигнутых показателей действующих ранее горно-обогатительных золоторудных производств и имеющихся проверенных технологий добычи и обогащения заставляет усомниться в высокой рентабельности, заложенной в инвестиционных программах и предложениях по золоторудным месторождениям Восточного Забайкалья.

Надежды краевых властей связывались с аукционной политикой при распределении месторождений между хозяйствующими объектами. Однако эти надежды, можно сказать, не оправдались. Грубо говоря, регион оказался обобранным, часть его денег ушла в неизвестном направлении, часть — в якобы Накопительный Фонд. Так, если в 2003 г. 60 % средств, вырученных от аукционов, согласно бюджетному законодательству, оставалось в регионе, а 40 % уходило в Москву, то уже в 2004 г. Федеральный центр начал забирать 90 %, оставляя краю 10 %, а с первого января 2005 г. — все 100 % отчислений!

Закон «О недрах», разработанный Роснедрами, далек от совершенства, в результате не осталось надежд и на привлечение внебюджетных средств коммерческих структур на работы по восполнению минерально-сырьевых запасов.

В настоящее время местные власти все чаще поднимают вопрос инвестиционной привлекательности региона и необходимости привлечения инвесторов. Однако проблема инвестиций на самом деле оказывается весьма щекотливой и скользкой, потому что на деле она сводится к

«снятию сливок» с месторождений в кратчайшие сроки и с минимальными затратами. А последние условия определяют чисто хищнический характер инвестиционной политики [2].

В целом положение горнорудного промысла Забайкальского края, равно как и других золотодобывающих регионов (Якутия, Бурятия, Бодайбо, Амурская область, Колыма, Алдан) напоминает Аргентину, история взлета и падения которой хорошо известна в экономических и политических кругах.

На фоне многопланового кризиса обострились процессы самоорганизации предприятий и территорий. Самыми жизнеспособными, в отличие от крупных хозяйствующих объектов — горнообогатительных комбинатов, практически в одночасье прекративших свою работу, оказались артели, занимающиеся добычей золота и, в меньшей степени, флюорита, драгоценных и поделочных камней. Эти менее консервативные и более мобильные образования обрабатывали главным образом россыпные месторождения, что было для них легче и выгоднее, чем заниматься рудным сырьем.

Но в последние годы даже добыча россыпного золота оказалась нерентабельной.

В мировой и российской практике оценку эффективности производства любой золотодобывающей структуры в последние годы осуществляют на основе модели наличного оборота, предполагающей, что доход от продажи золота минус эксплуатационные затраты за весь срок реализации проекта достаточен, чтобы окупить расходы на:

- разведку или доразведку месторождения;
- строительство и обустройство предприятия, включая транспортные коммуникации;
- добычу и переработку золотосодержащих материалов;
- обеспечение необходимого уровня прибыли, учитывая и социальную сторону деятельности предприятия;
- учет платы за потенциальные риски.

Казалось бы. Учет даже этих условий и требований должен обеспечить достаточно благополучную жизнедеятельность горнорудного предприятия. В реальности все не так. Основная причина данного «не так» — законодательство. Так, например, оно поставило мелкие артели в равные условия с крупнейшими предприятиями. Это касается даже приобретения права на разработку месторождения. При этом мелкие месторождения с запасами золота не более 100 килограммов приравниваются к богатейшему Сухому Логу.

Если в начале века проще было купить недееспособное предприятие, имеющее на руках лицензию на отработку месторождения, чем ее получить, то потом произошла централизация выдачи лицензий, что привело к их резкому подорожанию (в основном за счет безудержной коррумпции).

Государство установило приоритет масштаба месторождения над его качеством, что в итоге привело к тому, что россыпи золота, как вид полезного ископаемого, ока-

зались недостойными федерального уровня и, следовательно, бюджетного финансирования.

И так далее. Законодательных нелепиц в горнорудном промысле оказалось много. Россия фактически подтвердила положение экономической теории о том, что в условиях монополии при отсутствии должной рыночной ценовой политики соответственно колебаниям спроса и предложения и государственного контроля неизбежны рост цен и свертывание объемов производства со всеми вытекающими последствиями. Заметим, что в составе оборотных средств золотодобывающих предприятий региона абсолютно преобладает заемный капитал, и в результате предприятия регулярно оказываются перед выбором:

— расплачиваться своевременно по взятым обязательствам, но тогда ничего не остается на деятельность;

— продолжать деятельность, но тогда оплата по обязательствам оттягивается на месяцы и года, что чревато во временном масштабе вследствие инфляционных процессов, вариаций ценовой политики и т. п.

Комплекс создавшихся условий привел к тому, что общие затраты на золотодобычу начали превышать получаемую прибыль. Основная часть золотодобывающих предприятий, не захотевших сворачивать свою деятельность, выбрала другую тактику, экономически более эффективную даже в сравнении с наработанными технологиями. Они перестали сотрудничать с государством в полной мере. То есть ушли в «тень» [3].

Сущность теневой золотодобычи заключается в том, что легальные артели, получив лицензию на разработку месторождения, реальную добычу металла либо не ведут, либо занимаются ею символически (включают насос промывочного прибора и запускают на полигон маломощный трактор — меньше потребляет топлива). Металл же скупают у индивидуальных старателей, и у населения горнорудных поселений, которое самотрудоустроилось, на свой страх и риск нелегально добывая и реализуя золото.

Кроме того, во многих местах наметилась тенденция допуска на свои полигоны вольных старателей (под видом опробщиков).

Естественно, что золото у всех добытчиков артели скупают не по аффинажной цене: за 30–40 % его текущей стоимости. Но при этом есть вероятность того, что «нелегалы» утаят часть золота или постараются сбыть его покупателям, предложившим более приемлемую цену. Но часто даже артели переходят на обменные операции с нелегальными скупщиками золота, потому что мнимая прибыль при легальных операциях с данным металлом в реальности оказывается много меньшей. Причина — налоги, съедающие часть прибыли, поскольку издержки на платежи государству составляют 37 % от себестоимости добычи. Поскольку же на теневом рынке золота налоги отсутствуют, а теневые скупщики платят сразу и наличными, данный рынок все больше укрепляет свои позиции не только в регионе, но и, судя по литературным сведениям и информации из Интернета, по всей стране.

На данный период лучшим выходом из создавшейся патовой ситуации является узаконивание вольнопринимательства, что одновременно позволит резко снизить социальную напряженность в горнорудных районах [1]. На

рубеже XX и XXI веков положительный пример такой административной политики был получен в Магаданском крае в пору губернаторства В. Цветкова.

Литература:

1. Шевченко Ю. С. Малый горный бизнес — один из аспектов реформирования добычи золота / Социально-экономическое развитие общества. — Пенза: 2010. — С. 91–96.
2. Шевченко Ю. С. Горнорудный промысел: выход из замкнутого круга. — Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013. — 155 с.
3. Шевченко Ю. С., Попова Г. Ю. Региональные аспекты вольнопринимательства и теневого оборота золота / Кулагинские чтения: XI Международн. НПК. — Чита: ЗабГУ, 2011. -Ч. 5. — С. 154–157.
4. Шевченко Ю. С., Рыбакова О. И., Сарванов А. А. Золотодобывающая промышленность Забайкальского края: состояние и ближайшие перспективы развития // ГИАБ. — 2010. — № 4. — С. 51–55.

Творческие индустрии и городское развитие в XXI веке

Шептухина Любовь Ивановна, кандидат технических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет

В последние десятилетия многие западные города столкнулись с острыми кризисами. Это было обусловлено двумя процессами: во-первых, перемещением промышленных предприятий в страны с более дешевой рабочей силой; во-вторых, массовой миграцией сельского населения в города. Эффективным способом решения накопившихся проблем стало развитие в городах культурных и творческих индустрий. Эта новая тенденция в развитии городов и отдельных стран была отмечена многими исследователями из самых разных областей в конце 1990-х годов. И она уже не подходила под определение «информационное общество». В частности, многие специалисты отметили, что на развитие городов стали оказывать активное влияние творческие виды деятельности. Возникло понимание, что в ближайшем будущем основой экономики станет творчество.

Термин «креативная (творческая) экономика» впервые был введен в оборот журналом Business Week в 2000 году [1, с. 3]. В этом же году в Англии появилась книга специалиста по городскому развитию Чарлза Лэндри «Креативный город» [2], которая впоследствии была опубликована и в России. В ней пропагандировалось объединение творческих ресурсов людей и сообществ для формирования экономически и социально благополучной городской среды.

В 2001 г. Джон Хокинс отметил, что в центре понятия «креативная экономика» лежат «творческие индустрии» или «креативные индустрии» (creative industries) [3, с. 10], которые в настоящее время включаются в так называемый четвертичный сектор экономики, специализирующийся на производстве и распространении знаний, информации и экономически успешных продуктов, име-

ющих определенную культурную ценность. Именно четвертичный сектор сегодня является одним из ключевых в экономике крупнейших мегаполисов мира, в частности, мировых и международных городов.

Творческие индустрии — это сектор экономики, создающий продукты на основе творчества и культурных ресурсов. Они включают музыку, изобразительные и исполнительские искусства, кино, моду, ремесла, литературу и издательское дело, рекламу, дизайн, архитектурное проектирование, интернет и мультимедиа [4, с. 67–68].

Одной из первых стран, уделивших им пристальное внимание на правительственном уровне, была Великобритания, которая и сегодня является признанным мировым лидером по степени их развития. В 1998 г. в составе Правительства Великобритании был учрежден Департамент культуры, медиа и спорта (DCMS). Первым результатом его деятельности стало официально закрепленное в этом же году определение понятия «творческие индустрии», которое до сих пор является наиболее известным и общепринятым: «Творческие индустрии — это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [4, с. 9].

Понятие «творческие индустрии» не является окончательно устоявшимся. Существует определенная вариативность его толкования различными исследователями и практиками. Так, например, в Гонконге, в этот термин включены азартные игры, образование, спорт, туризм и консалтинговые услуги. Понятие, принятое в Финляндии, включает парки аттракционов и рекреационную

деятельность. Общим во всех определениях творческих индустрий является то, что они предполагают деятельность, которая основана на сочетании и взаимопроникновении творческого и коммерческого начал, культуры и экономики, предпринимательства и искусства. Как считает Р. Флорида, они возникают в результате деятельности креативного класса и сами воспроизводят креативный класс [5, с. 17].

Именно творческие индустрии дают высочайшие показатели роста в постиндустриальной экономике, одновременно являясь наиболее инновационными. Согласно докладу DCMS «Креативная Британия. Новые таланты для новой экономики» (2008 г.) 78 % креативных фирм этой страны являются инновационными. Новая или усовершенствованная продукция составляет 52 % в товарообороте фирм креативной индустрии, против 40 % у фирм других секторов. Княгинин В. Н., директор фонда «Центр стратегических разработок Северо-Запад» (г. Санкт-Петербург), отмечает, что «в недалеком будущем Великобритания может стать МИРОВЫМ КРЕАТИВНЫМ ХАБОМ — зоной культурных обменов» [6, с. 69].

В современных условиях концепция творческих индустрий распространилась очень широко во всем мире и является сегодня одной из самых популярных инновационных идей, имеющих отношение, как к культуре, так и к экономике. Появление новой, постиндустриальной экономики, «экономики знаний» существенно изменило отношение к творческой деятельности и производству культурных продуктов. То, что раньше считалось затратным, второстепенным, стало мощным производительным ресурсом. Более того, творческие индустрии сегодня — один из приоритетов экономического развития развитых стран Европы и Америки [7, с. 77]. В XXI веке программы их развития активно разворачиваются в Юго-Восточной Азии и Латинской Америке. Самым доходным бизнесом в этих странах стало производство новых идей. Так, если в 1950-е годы самыми прибыльными компаниями в мире были Ford, Standard Oil и General Electric, в 2000-е годы это AOL Time Warner, Disney, News Corporation, Bertelsmann и Microsoft [4, с. 68]. Таким образом, творческий подход становится залогом конкурентоспособности в любой деятельности.

Принципиально новая теория общественного развития, основанная на понимании творчества как ведущего фактора развития постиндустриальной экономики, способствовала возникновению новых подходов и в управлении городом. В урбанистической политике ее сегодня рассматривают как один из мощных факторов роста, создающих новые рабочие места и способствующих возрождению города, обновлению его индивидуальности. Примеры из опыта Манчестера, Хельсинки, а также и других традиционно-индустриальных городов показывают, что в современном городе они становятся ключевым фактором оздоровления городской экономики.

Флорида Р. в своем исследовании «Города и креативный класс в Азии» (2011 г.) [8, с. 3] отмечает, что

в развитии креативной экономики в последние годы преуспели и страны Азиатско-тихоокеанского экономического сотрудничества. В совокупности они обеспечивают почти три четверти всех мировых инноваций, несмотря на то, что в них проживает всего лишь 9 % численности населения мира. Они являются высокоурбанизированными территориями с самой высокой плотностью населения в мире: здесь находятся четыре из пяти самых больших мега-регионов мира. Развитие городов этих стран нацелено на креативную экономику. Так, самая высокая доля креативного класса сконцентрирована в Сингапуре — 47,3 % (это выше, чем в любой другой стране мира). В Австралии его доля чуть ниже — 44,5 %, Новой Зеландии — 40,1 %, Малайзии — 25 %, на Филиппинах — 20 %. (для сравнения: в Канаде представителей креативного класса — 40,8 %, а в Америке — всего лишь чуть свыше 35 %).

Творческие индустрии, являясь ядром креативной экономики, обладают мультипликативным эффектом — они придают новые импульсы развития как смежным отраслям, так и в целом городской экономике и городской среде. Слияние современных творческих и экспериментальных подходов, типичных для искусства и предпринимательства, порождает инновационные, эффективные идеи в области бизнеса. Способность творческих индустрий создавать стиль и разрабатывать дизайн в сочетании с навыками маркетинга помогает преобразовывать более крупные производства, позволяя им выдержать становящуюся все более глобальной конкуренцию. Именно поэтому взаимосвязь между секторами культуры и производства в XXI веке признана основным источником экономического роста и конкурентоспособности территорий.

Как считает В. Н. Княгинин, «креативная деятельность — ключ к инновационной экономике. В нынешних условиях без коммуникации и атмосферы творчества никакие инновации невозможны. В практике пространственного развития это такие же ключевые понятия как демография и экономика» [6, с. 73].

Многие мировые города, в частности, Нью-Йорк, Париж, Лондон, процветают именно благодаря развитию творческих индустрий. В Российской Федерации о необходимости государственной и муниципальной поддержки творческих индустрий начали говорить в начале 2000-х годов. В 2004 году при участии Института культурной политики (ИКП), был создан Координационный совет по развитию творческих индустрий. В этом же году в г. Санкт-Петербурге было зарегистрировано в качестве самостоятельного юридического лица Некоммерческое партнерство «Центр развития творческих индустрий». Его создание стало возможным благодаря проекту «Партнерство по развитию творческих индустрий», в котором приняли активное участие правительства городов Санкт-Петербурга, Хельсинки и Манчестера. В г. Москве с 2004 г. работает Агентство «Творческие индустрии».

Помимо Санкт-Петербурга это направление стали осваивать также в городах Москве, Тольятти, Екатеринбурге и некоторых регионах — Карелии, Московской,

Архангельской и Рязанской областях, где организованы консультационные агентства, работающие на развитие творческих индустрий, культурного туризма, информационных технологий [7, с. 79–80]. Их миссия — обучать лидеров, претворять в жизнь творческие идеи, проекты, мечты. Функциями агентств культурного развития в этих городах являются: консультирование руководителей проектов, бизнес-организаций, органов власти; создание проектов, привлечение общественного мнения, создание и вывод продуктов на рынок, управление организацией, людьми, финансами; сопровождение проектов и их лидеров на долгосрочной основе; проведение картирования территорий, ресурсов, ценностей; разработка творческих проектов и программ культурного развития.

Уже давно признано, что в процессе реструктуризации экономики малое предпринимательство играет особую роль. Оно становится двигателем развития городов и в период кризиса. Малые независимые предприятия и фирмы (химчистки, парикмахерские, прачечные, ремонтные мастерские и другие предприятия сферы услуг) создают рабочие места, удовлетворяя первоочередные потребности жителей города. Они обеспечивают доход людям, работающим на этих предприятиях, что вдыхает жизнь в переживающие упадок районы. С другой стороны, малые предприятия, тесно связанные с культурой, — такие как галереи, арт-кафе, дизайнерские студии, салоны мод и пр. — неповторимы, имеют свое лицо, создают особую атмосферу и обслуживают не только местных жителей, но и приезжих, привлекая в город дополнительные средства. Туризм, основанный на традиционных культурных достопримечательностях города, но поддержанный и рас-

ширенный благодаря малым предприятиям, работающим в сфере культуры, стал новым источником доходов в ряде городов и помог заполнить вакуум, образовавшийся в результате сокращения традиционных производств.

Гибкость малых компаний, их способность чутко реагировать на тенденции рынка дает им возможность выживать, приспосабливаясь к переменам, а способность создавать новое, что является основой их существования, может внести значительный вклад в модернизацию устаревшей крупной промышленности. Опыт совсем недавнего прошлого доказывает, что среда малого предпринимательства обретает совершенно новое измерение в городах, где активно развивается современное искусство. Хорошие художественные школы и интенсивная, обращенная к современности артистическая жизнь создают благоприятную почву для экспериментов в области дизайна и стиля, которые, в свою очередь, становятся такими же обязательными компонентами для успешного производства, как оригинальное содержание и сценарий для мультимедийного и телекоммуникационного бизнеса.

Таким образом, именно через призму культуры надо рассматривать сегодня городское развитие. В этом смысле творческие индустрии являются источником инноваций, они делают как культуру, так и экономику города конкурентоспособными. В их сфере традиционная мощь классической культуры объединяется с «добавленной ценностью», создаваемой предпринимательским умением, и использующим новые знания талантом работы с электронными и иными современными средствами коммуникации.

Литература:

1. The Creative Economy // Business Week (Special double issue: The 21st century corporation), august 28, 2000. P.1–5.
2. Лэндри Ч. Креативный город. — Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005.
3. Howkins J. The Creative Economy. NY.: The penguin press, 2001. — 288 p.
4. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. — М.: «Классика — XXI», 2010. — 240 с.
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. — 432. с
6. Княгинин В. Н. Культурная революция в пространстве города // 60 параллель. — 2009, № 2 (33). — С. 68–77.
7. Шептухина Л. И. Творческие индустрии как сектор новой экономики города / Л. И. Шептухина // Мир современной науки. — 2012. — Т. 4. — С. 76–83.
8. Florida R. Cities and the Creative Class in Asia // The Atlantic cities. Nov. 17, 2011. — [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.theatlanticcities.com/authors/richard-florida/>. [Дата обращения 10.10.2013].

16. ДЕМОГРАФИЯ

Взаимосвязь демографических процессов с состоянием экономики

Каюков Владимир Викторович, профессор, доктор экономических наук;

Мельчакова Юлия Леонидовна, студент

Ухтинский государственный технический университет (Республика Коми)

Экономика и демография тесно взаимосвязаны: возрастно-половой состав населения и его составляющие прямо влияют на процесс производства, распределения производимых обществом благ. Следовательно, проблемы демографического состояния страны прямо влияют на ее экономику.

В настоящее время многие экономисты не только в нашей стране, но и за рубежом уделяют много внимания демографической ситуации, складывающейся в том или ином государстве.

Демографическая политика Российской Федерации направлена на увеличение продолжительности жизни, сокращение уровня смертности, рост рождаемости, сохранение и укрепление здоровья населения, регулирования внутренней и внешней миграции и улучшение на этой основе демографической ситуации в стране.

Специфика демографической ситуации в России заключается в том, что несоответствие темпов развития демографической и экономической подсистемы вызывает противоречия, влияющие на характер развития рынка рабочей силы.

Россия как регион представляет собой протяженную территорию с разными природно-климатическими условиями и разной направленностью развития производственных сил, с особенностями инфраструктуры терри-

торий. Такой крупный регион можно рассматривать как сложную систему, с разными типами подсистем, определённым характером воспроизводства населения и особой демографической ситуацией. Демографическая ситуация в России является результатом демографических ситуаций отдельных ее территорий [1].

Демографический кризис ограничивает социально-экономическое развитие страны.

По итогам первого квартала 2013 года рождаемость в России оказалась даже несколько ниже показателей аналогичного периода прошлого года, а смертность, наоборот, выше. Так, по данным Росстата, за первый квартал 2013 года родились 448 тысяч детей, годом ранее новорожденных в России было чуть больше 451 тысячи. Смертность за первые три месяца этого года тоже немного превышает прошлогодние показатели: 490 тысяч умерших в этом году против 486 тысяч — в прошлом [4].

Был рассчитан коэффициент демографической нагрузки. Прогноз до 2031 года показывает, что при любом варианте прогноза коэффициент демографической нагрузки будет расти. Лиц трудоспособного возраста с каждым годом будет становиться меньше. Возможно, на этот процесс будет влиять множество факторов, например, таких как рождаемость, смертность, проблемы здравоохранения и др. [3].

КОЭФФИЦИЕНТ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ НАГРУЗКИ
(на 1000 лиц трудоспособного возраста приходится нетрудоспособных, на начало года)

Годы	Нижний вариант прогноза			Средний вариант прогноза			Высокий вариант прогноза		
	Всего	в том числе лиц в возрасте:		Всего	в том числе лиц в возрасте:		Всего	в том числе лиц в возрасте:	
		моложе трудоспособного	старше трудоспособного		моложе трудоспособного	старше трудоспособного		моложе трудоспособного	старше трудоспособного
2012	644	271	373	644	271	373	644	271	373
2013	665	280	385	665	280	385	665	280	385
2014	685	287	398	688	289	399	688	289	399
2015	705	294	411	710	297	413	713	299	414
2016	727	301	426	734	305	428	740	309	431
2017	744	305	439	755	313	442	763	318	445
2018	761	310	451	775	320	455	787	328	459
2019	773	312	461	792	325	467	807	335	472
2020	784	314	470	806	329	477	824	341	483
2021	794	314	480	820	332	488	841	347	494
2022	800	314	486	831	335	496	855	352	503
2023	804	313	491	839	337	502	867	356	511
2024	805	310	495	843	336	507	873	357	516
2025	800	304	496	843	333	510	876	356	520
2026	797	298	499	844	330	514	881	355	526
2027	792	292	500	843	326	517	884	354	530
2028	784	283	501	839	320	519	884	351	533
2029	773	272	501	833	313	520	881	346	535
2030	769	266	503	831	308	523	880	342	538
2031	770	262	508	832	304	528	883	339	544

ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ПО ОТДЕЛЬНЫМ ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ
(на начало года)

Годы	Моложе трудоспособного возраста		Трудоспособного возраста		Старше трудоспособного возраста	
	тыс. человек	в процентах от общей численности населения	тыс. человек	в процентах от общей численности населения	тыс. человек	в процентах от общей численности населения
Низкий вариант прогноза						
2012	23567,6	16,5	87055,2	60,8	32433,6	22,7
2013	24095,7	16,8	86087,3	60,1	33173,9	23,1
2014	24425,6	17,1	84997,2	59,3	33817,2	23,6
2015	24641,1	17,2	83878,3	58,7	34490,1	24,1
2016	24843,3	17,4	82634,1	57,9	35198,0	24,7
2017	24906,7	17,5	81571,0	57,3	35769,0	25,2
2018	24951,3	17,6	80511,3	56,8	36276,2	25,6
2019	24866,7	17,6	79581,0	56,4	36715,5	26,0
2020	24700,7	17,6	78782,5	56,1	37048,8	26,3
2021	24496,3	17,5	77966,1	55,8	37395,1	26,7
2022	24274,2	17,5	77281,1	55,5	37586,0	27,0
2023	24027,3	17,4	76681,5	55,4	37669,6	27,2
2024	23622,3	17,2	76235,0	55,4	37710,6	27,4
2025	23094,6	16,9	75934,1	55,5	37682,8	27,6
2026	22526,2	16,6	75571,1	55,6	37712,3	27,8
2027	21950,4	16,3	75264,4	55,8	37651,6	27,9
2028	21229,5	15,8	75069,2	56,1	37590,8	28,1
2029	20408,6	15,4	74956,0	56,4	37521,3	28,2
2030	19841,3	15,1	74546,1	56,5	37474,8	28,4
2031	19340,5	14,8	73944,4	56,5	37534,4	28,7

Высокий вариант прогноза						
2012	23567,6	16,5	87055,2	60,8	32433,6	22,7
2013	24095,7	16,8	86087,3	60,1	33173,9	23,1
2014	24635,4	17,1	85160,2	59,2	33998,1	23,7
2015	25153,1	17,4	84236,4	58,4	34883,9	24,2
2016	25735,9	17,8	83218,3	57,5	35827,3	24,7
2017	26235,5	18,1	82410,1	56,7	36661,1	25,2
2018	26749,6	18,3	81629,4	56,0	37457,0	25,7
2019	27153,1	18,6	80999,8	55,3	38209,1	26,1
2020	27481,4	18,7	80521,3	54,8	38869,4	26,5
2021	27765,6	18,8	80037,5	54,3	39565,9	26,9
2022	28024,4	19,0	79701,8	53,9	40121,7	27,1
2023	28258,8	19,0	79466,6	53,6	40584,2	27,4
2024	28342,1	19,0	79397,7	53,4	41008,7	27,6
2025	28312,0	19,0	79489,4	53,3	41374,2	27,7
2026	28250,9	18,9	79528,2	53,2	41812,4	27,9
2027	28191,8	18,8	79636,9	53,1	42172,1	28,1
2028	27998,8	18,6	79869,1	53,1	42534,2	28,3
2029	27719,2	18,4	80191,2	53,2	42900,3	28,4
2030	27508,4	18,2	80422,4	53,2	43298,3	28,6
2031	27290,7	18,0	80546,4	53,1	43819,0	28,9

Еще одним показателем, рассчитанным до 2031 года, является численность населения. Тут тоже наблюдается отрицательная динамика [3]. С каждым годом численность людей трудоспособного возраста уменьшается. Государству уже сейчас нужно принимать серьезные меры по предотвращению такой ситуации в будущем.

Нельзя не сказать о прогнозах, связанных с показателями рождаемости, умерших и естественным приростом населения. Прогноз на года вперед неутешителен — с каждым годом рождаемость будет все меньше, чем умерших; показатели естественного прироста будут уменьшаться. Таким образом, если ситуация не будет меняться, в России

может наступить экономический кризис, связанный с дефицитом рабочей силы.

Предстоящие демографические изменения неизбежно будут иметь многочисленные социальные и экономические последствия:

— смещение структуры спроса из-за изменения возрастной структуры населения. Это коснется спроса на рыночные товары и услуги, но — что важнее — и спроса на услуги, обеспечиваемые государством. С повышением возраста увеличивается потребность в услугах здравоохранения, а наиболее пожилым часто требуется дополнительная социальная опека. В то же время снижение ро-

РОДИВШИЕСЯ, УМЕРШИЕ И ЕСТЕСТВЕННЫЙ ПРИРОСТ НАСЕЛЕНИЯ

Годы	Всего, человек			На 1000 человек населения		
	родившихся	умерших	естественный прирост	родившихся	умерших	естественный прирост
Низкий вариант прогноза						
2012	1888002	1890287	-2285	13,2	13,2	0,0
2013	1823245	2030561	-407316	11,3	14,2	-2,9
2014	1548403	2054274	-505871	10,8	14,4	-3,6
2015	1480676	2075278	-594602	10,4	14,5	-4,1
2016	1419501	2094612	-675111	10,0	14,7	-4,7
2017	1370936	2112339	-741403	9,7	14,9	-5,2
2018	1330973	2128566	-797593	9,4	15,0	-5,6
2019	1299880	2143119	-843239	9,2	15,2	-6,0
2020	1277002	2154991	-877989	9,1	15,4	-6,3
2021	1252854	2165619	-912765	9,0	15,5	-6,5
2022	1221829	2175145	-953316	8,8	15,7	-6,9
2023	1187727	2183825	-996098	8,6	15,8	-7,2
2024	1154923	2191843	-1036920	8,4	16,0	-7,6
2025	1122004	2199406	-1077402	8,2	16,1	-7,9
2026	1092933	2206632	-1113699	8,1	16,3	-8,2
2027	1071314	2213706	-1142392	8,0	16,5	-8,5
2028	1056829	2220845	-1164016	7,9	16,6	-8,7
2029	1046854	2226088	-1179234	7,9	16,8	-8,9
2030	1038383	2231705	-1193322	7,9	17,0	-9,1

Высокий вариант прогноза						
2012	1888002	1890287	-2285	13,2	13,2	0,0
2013	1824272	1747929	76343	12,7	12,2	0,5
2014	1840144	1735848	104296	12,8	12,1	0,7
2015	1848608	1731017	117591	12,8	12,0	0,8
2016	1841290	1721573	119717	12,7	11,9	0,8
2017	1824578	1713361	111217	12,5	11,8	0,7
2018	1801778	1706291	95487	12,3	11,7	0,6
2019	1775497	1706045	69452	12,1	11,6	0,5
2020	1746026	1699753	46273	11,9	11,6	0,3
2021	1713587	1694254	19333	11,6	11,5	0,1
2022	1682633	1689627	-6994	11,4	11,4	0,0
2023	1655160	1692862	-37702	11,1	11,4	-0,3
2024	1631642	1689314	-57672	11,0	11,3	-0,3
2025	1608592	1685348	-76756	10,8	11,3	-0,5
2026	1589224	1680633	-91409	10,6	11,2	-0,6
2027	1578797	1686189	-107392	10,5	11,2	-0,7
2028	1578042	1686108	-108066	10,5	11,2	-0,7
2029	1583950	1689260	-105310	10,5	11,2	-0,7
2030	1591949	1695669	-103720	10,5	11,2	-0,7

ждаемости приводит к уменьшению числа учащихся средней школы.

— изменение объема и структуры сбережений. Поскольку периоды формирования и использования сбережений чередуются, сдвиги в возрастной структуре населения существенно влияют на их динамику. При этом отметим, что сокращение удельного веса младших групп снижает нагрузку на работающее население, а рост численности старших групп создает дополнительную нагрузку на государственные финансы, увеличивая потребность в трансфертах из бюджета. Как следствие, изменяются спрос на финансовые активы и их стоимость, а также рыночные процентные ставки.

— снижение предложения труда из-за старения населения. В частности, в России изменение численности населения при неизменных показателях трудовой активности приведет к сокращению численности экономически активного населения на 20 млн человек. При той же производительности труда это замедляет рост душевого ВВП. Соответственно, при прочих равных условиях, старение замедляет рост уровня жизни.

— значительное увеличение потребности в бюджетных ресурсах вследствие роста доли пожилого населения.

— существенное изменение потоков финансовых ресурсов и обязательств между поколениями. Так, «легкий» способ решения бюджетных проблем, обусловленных де-

мографическими тенденциями, состоит в наращивании государственного долга. Другой канал нарушения баланса межпоколенческих отношений связан с изменением соотношения между численностью работников и пенсионеров в условиях распределительной пенсионной системы [4].

Важность и значимость демографической проблемы признана всеми государствами. В конечном счете рост населения не может быть бесконечным. Стабилизация численности населения в мире — одно из важных условий перехода к устойчивому развитию, что позволяет данному процессу оставаться объектом пристального внимания.

В заключение следует добавить, что для изменения демографической динамики в РФ, необходимо повышение рождаемости, обеспечения в будущем хотя бы простого воспроизводства населения. Но будет недостаточно мер демографической политики, направленных на создание семьям условий для того, чтобы они могли иметь желаемое число детей и не бояться за завтрашний день [2]. По-

этому необходим комплекс мер и системный подход в решении данной проблемы. Он, в частности, предполагает:

- решение жилищной проблемы.
- улучшение социальной политики (повышение пособий, более высокие выплаты за каждого последующего ребенка, повышение уровня жизни, распределение налогов и доходов более рациональное)
- повышение уровня отечественного здравоохранения
- борьба с вредными привычками нации (алкоголизм, наркомания)

Борьба с демографической проблемой должна стать для государства приоритетной, ведь прогнозы на будущие периоды показывают, что если не начать принимать меры, то в конечном счете нашу страну ждут не только проблемы экономического, социального характера, но и более глобальные проблемы — наша страна может сократиться в невероятных размерах по численности.

Литература:

1. Проблемы современной экономики, N 3 (31), 2009. ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ. МАКРОЭКОНОМИКА. Смирнова Т. Л. — Демографическая ситуация как фактор развития рынка рабочей силы
2. Влияние демографических факторов на экономический рост: региональный аспект. Т. А. Комиссарова, к.э.н., доцент, ТФ ЧелГУ
3. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#
4. Вопросы экономики, № 3, 2012. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА. А. Кудрин, Е. Гурвич — Стареение населения и угроза бюджетного кризиса

17. ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

Как избежать двойного налогообложения

Лисагор Мария Владимировна, старший преподаватель;
Сухомясова Татьяна Ивановна, студент
Северо-Восточный федеральный университет (г. Якутск)

Актуальность. В рамках содержательного рассмотрения темы двойного налогообложения при прохождении таможи особую актуальность имеют вопросы, связанные с устранением двойного налогообложения. Эта проблема представляет комплекс законодательно закрепленных мер по зачету уплаченных за рубежом налогов в счет суммы налогов, подлежащих перечислению в бюджет, либо освобождение от налогообложения организации в связи с тем, что ее прибыль (доходы) обложена налогом за рубежом.

Данное исследование направлено на поиск решения этого исследования.

Предмет исследования может влиять на решение проблемы двойного налогообложения при прохождении таможи. Эта тема является элементом сложной системной проблемы, которую невозможно решить, пока не выяснена сущность каждого из ее элементов.

Двойное налогообложение представляет собой одновременное обложение в различных странах одинаковыми налогами. При этом различают экономическое международное двойное налогообложение (когда два совершенно разных субъекта облагаются налогом по отношению к одному и тому же доходу) и юридическое международное двойное налогообложение (когда одинаковый доход одного субъекта облагается не одним государством).

1. Имеются следующие методы устранения двойного налогообложения: налоговый кредит или зачет (tax credit or tax relief); налоговый вычет (tax deduction); налоговое освобождение (tax exemption).

Налоговый кредит представляет собой уменьшение суммы подлежащих перечислению в бюджет налогов на сумму налогов, уплаченных за рубежом. Однако при данном методе устранения двойного налогообложения налоговый кредит предоставляется, как правило, не на всю сумму уплаченного за рубежом налога, а только на ту его часть, которая не превышает максимально возможную сумму налога с такой же суммы прибыли в стране резидентства, где организация уплачивает налоги со всей полученной прибыли вне зависимости от места ее получения.

Налоговый вычет представляет собой уменьшение суммы совокупной налогооблагаемой прибыли организации в государстве, в котором компания является на-

логовым резидентом, на суммы налогов, уплаченных в других странах.

Налоговое освобождение есть закрепляемое на межгосударственном уровне соглашение о том, что государство, где зарегистрирована организация, облагает налогом определенные виды прибыли (дохода), в том числе зарубежные, при этом доходы, полученные в зарубежных государствах, не будут подлежать налогообложению в других государствах.

Для того, чтобы избежать двойного налогообложения, заключаются специальные межправительственные соглашения. Как правило, они распространяются на налоги, взимаемые с прибыли, капитала или имущества. При этом соглашения не затрагивают проблемы косвенного налогообложения, а также не распространяются на такие налоги, как на добавленную стоимость или с продаж, на налоги, которые уменьшают финансовые показатели прибыльности (это налоги с оборота и на рекламу, а также другие налоги, входящие в состав расходов). [1, с. 1]

2. Основные международные соглашения, направленные на избежание двойного налогообложения делят по следующей схеме:

- соглашения в отношении налогов на капитал и доходы;
- соглашения в отношении налогов на имущество и доходы;
- соглашения по отношению к социальным налогам и взносам на социальное страхование;
- соглашения в области транспорта.

3. В отношении других налогов зарубежных стран, не подпадающих под действие соглашений, которые направлены на избежание двойного налогообложения (таможенные пошлины, разнообразные муниципальные налоги, косвенные налоги), единственное, что может сделать отдельное государство для собственных физических и юридических лиц — это обеспечить для них особый национальный режим или режим наибольшего благоприятствования.

4. Национальный режим используется наиболее широко. Он предполагает равенство субъектов национального и иностранного права в области налогообложения. Данный режим проявляется в двух аспектах: в налоговом статусе субъектов иностранных прав и в более важных элементах отдельных налоговых обязательств.

5. В том случае, когда налогоплательщик получит подтверждение статуса резидента в России, то к нему будут применяться режимы налогообложения доходов только нашего государства. При этом налоговое законодатель-

ство из другого государства, с которым было заключено соглашение по избежанию двойного налогообложения, никак не относится к любому резиденту РФ.

Литература:

1. http://tranio.ru/traniopedia/tips/double_taxation_avoidance/
2. <http://ppt.ru/news/108476>

Зарубежная практика и рекомендации международных статистических организаций в области методологии анализа внешней торговли товарами и услугами

Учайкина Виктория Владимировна, аспирант
Российская таможенная академия (г. Люберцы, Московская обл.)

Существенные сдвиги в развитии мировой торговли во второй половине XX века способствовали возникновению новых явлений в ее международной организации. К числу этих явлений относится так называемый регионализм, то есть соглашения об особенно тесном сотрудничестве отдельных стран по типу зон свободной торговли, таможенных союзов. Число таких группировок к концу 2000-х годов по разным оценкам составляло от 80 до 100. По оценке Всемирного банка в рамках таких зон осуществляется около половины мировой торговли.

В настоящее время в мире существует 13 таможенных союзов (табл.1), которые находятся на разных стадиях формирования, имеют разную степень интеграции и различаются по эффективности функционирования интеграционных институтов.

Так, например, в Европе функционирует три тамо-

женных союза — между странами Европейского союза, между ЕС и Андоррой, а также между ЕС и Турцией. В развивающемся мире действует девять таможенных союзов: в Латинской Америке их четыре (МЕРКОСУР, АСН, КАРИКОМ и ЦАОР), в Африке их тоже четыре (САКУ, ЕАК, СЕМАК, ВАЕМУ / УЕМОА), один на Ближнем Востоке — ССПЗ и сравнительно недавно созданный таможенный союз между Россией, Казахстаном и Белоруссией. Каждый из таможенных союзов во многом является уникальным: по институциональному устройству, сферам и масштабам деятельности, по глубине и характеру выбранной интеграционной стратегии, количеству государств-членов.

В мировой практике имеется лишь один опыт завершения экономического объединения, прошедшего все этапы экономической интеграции — от зоны свободной торговли до экономического и валютного союза, управ-

Таблица 1

Региональные торговые соглашения о Таможенном союзе

Соглашение	Количество членов
Южноафриканский таможенный союз	5
Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива	6
Восточноафриканское сообщество	3
Экономическое и валютное сообщество Центральной Африки	6
Западноафриканский экономический и валютный союз	9
ЕС — Андорра	28
ЕС — Турция	28
Андское сообщество наций	4
Южноамериканский общий рынок	4
Карибское сообщество и общий рынок	15
Центральноамериканский общий рынок	5
Европейский союз	27
Таможенный союз Россия-Белоруссия-Казахстан	3

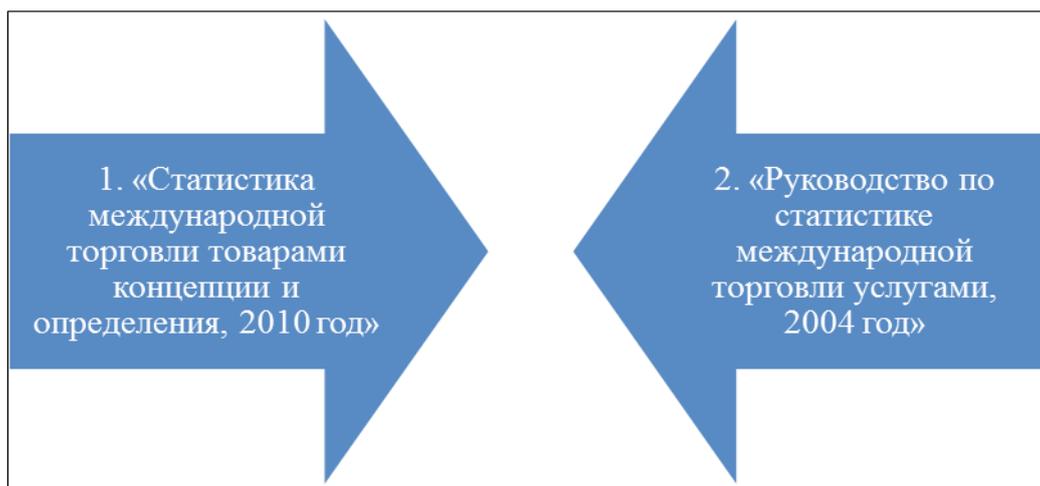


Рис. 1. Статистические документы ООН

ляемого через механизм наднациональных институтов, — Европейский союз. [3, с.113; 5]

Степень эффективности функционирования созданных союзов отражает объем торговли товарами и услугами между странами (стоимостной и физический), входящими в эти объединения. Поэтому процесс учета торговли играет значительную роль при анализе ее динамики, структуры и направлений развития. Существует два документа, разработанные Статистическим отделом ООН, которые носят рекомендательный характер в области методологии анализа внешней торговли товарами и услугами (рис. 1). [1, 2]

Согласно первому документу рекомендуется, чтобы в отношении всех товаров, охваченных статистикой международной торговли товарами, как проданных, так и обмененных или поставленных без их оплаты, учитывалась их статистическая стоимость в соответствии с определенными правилами.

Основным источником информации для определения статистической стоимости являются данные о таможенной стоимости, определяемые в отношении того или иного товара таможенными органами в соответствии с национальным законодательством и другими соответствующими нормативно-правовыми документами. Главным критерием является стоимость сделки. Рекомендуется, чтобы страны приняли Соглашение Всемирной торговой организации о таможенной оценке в качестве основы для установления стоимости товаров при составлении своей статистики международной торговли (независимо от того, является та или иная страна членом Всемирной торговой организации или нет). Данная рекомендация действует в отношении как импорта, так и экспорта. Соглашение Всемирной торговой организации о таможенной оценке разрешает странам включать в таможенную стоимость или исключать из нее, полностью или частично, следующие компоненты:

а) расходы по транспортировке импортируемых товаров в порт или пункт ввоза;

б) расходы по погрузке, разгрузке и обработке грузов, связанные с транспортировкой импортированных товаров в порт или пункт ввоза;

с) стоимость страхования.

То есть стоимость услуг. Учет услуг рекомендуется осуществлять в соответствии с «Руководством по статистике международной торговли услугами, 2004 год», разработанной ООН.

В качестве базы для стоимостной оценки операций в международной торговле услугами следует использовать рыночные цены. Надлежащим временем учета операций с услугами считается момент их предоставления (то есть момент их оказания или получения). Этот момент может не совпадать со временем осуществления или получения оплаты, которая может быть произведена до или после совершения операции (или одновременно с ней).

В связи с этим операции должны, по возможности, учитываться по методу начисления, а не на кассовой основе. Полученные услуги проводятся как расходы и заносятся в дебет, а предоставленные услуги проводятся как доходы и заносятся в кредит. Учет операций с услугами должен вестись на валовой основе, то есть дебетовые (импорт) и кредитовые (экспорт) операции должны рассчитываться отдельно, а не как их чистое сальдо.

Операции могут совершаться с использованием различных валют, включая национальную валюту поставщика или потребителя услуг. Однако для получения значимых статистических данных составителю статистики необходимо пересчитать все стоимостные показатели операций в единую расчетную единицу. Чаще всего такой единой расчетной единицей становится национальная валюта, что облегчает использование такой статистики в сочетании с другими экономическими статистическими данными по отечественной экономике.

Однако в случае существенного обесценивания этой валюты по отношению к другим валютам, используемым

данной страной в своих международных операциях, со временем результатом такого обесценивания может стать рост объема операций в денежном выражении.

Аналогичные последствия наблюдаются, если страна переживает период гиперинфляции. В таких случаях в целях анализа более полезным является выражение всех операций в другой, более стабильной валюте.

Наиболее подходящим валютным курсом для пересчета стоимостных показателей операций из валюты, в которой они были совершены, в валюту, выбранную для составления статистики, считается рыночный валютный курс, действующий на дату совершения операции. Для этого необходимо рассчитывать среднее значение между курсом покупки и курсом продажи валюты, с тем чтобы исключить какую-либо плату за услуги по обмену (обычно определяемые как разность между средним значением и этими курсами). Однако, поскольку составителю статистики фактическое среднее значение валютного курса на момент совершения операции может быть не известно, принятой практикой является использование среднего значения валютного курса за период, по которому рассчитываются статистические данные.

Как отмечалось выше, в мировой практике существует лишь один опыт успешного экономического объединения — это Европейский союз. Поэтому интерес представляет методология анализа внешней торговли товарами и услугами именно в Европейском союзе.

В последние десятилетия таможенное администрирование в ЕС находится в процессе реформирования под влиянием новых тенденций, обусловленных развитием региональной интеграции и глобализацией мировой экономики. Одной из главных целей является упрощение таможенной очистки товаров. Применение упрощенных процедур позволяет ускорить поставку товаров, таким образом, высвобождаются значительные средства, которые раньше использовались на оплату услуг по хранению, транспортировке товаров и перегрузке их в места досмотра, ускоряется поступление в бюджет ЕС взимаемых таможенных пошлин.

Важный вклад в упрощение таможенных формальностей вносит использование унифицированных таможенных документов. Наиболее значимым из них является Единый административный документ (ЕАД), предложенный в 1987 г. международной Конвенцией об упрощении формальностей в торговле товарами. В ЕС он введен в 1988 г. ЕАД содержит 54 пункта с информацией о товаре способе его транспортировки, сведения об отправителе и получателе товара, банковские, страховые и налоговые данные. Представляет собой набор однотипных деклараций, заполненных в восьми экземплярах. Каждый из восьми экземпляров ЕАД имеет свой цвет и назначение. В частности, первые три из них обеспечивают выполнение формальностей в стране-экспортере товара, а пять остальных — в стране-импортере товара. К ЕАД прикладываются счет-фактура, сертификат происхождения, а также, (в некоторых случаях) импортный сертификат, документы внешнеэкономического контроля. [3, с.121]

Для учета данных о товарообороте во взаимной торговле стран-участниц ЕС была введена система Intrastat.

Система Intrastat была создана в 1993 г., когда в связи с образованием единого рынка стран ЕС был отменен таможенный контроль на внутренних границах стран ЕС. Исчезла возможность составлять статистику на основе таможенных деклараций и возникла необходимость собирать данные от предприятий, непосредственно занимающихся внешней торговлей.

При товарообмене между странами ЕС используются вместо понятий экспорт и импорт соответственно понятия **отправка товара и поступление товара** (engl. *dispatches and arrivals*), предприятие является отправителем и получателем товара.

Все страны ЕС собирают данные о товарообмене с другими странами ЕС и странами, не входящими в ЕС. В связи с этим существует две параллельных системы сбора данных (рис. 2).

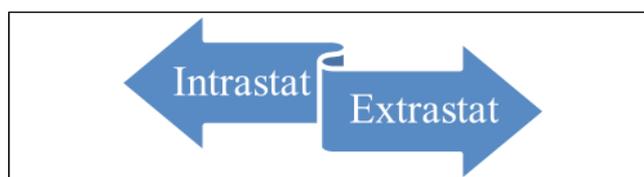


Рис. 2. Системы сбора данных

Intrastat — система сбора данных о товарообмене со странами ЕС. Extrastat — система сбора данных о товарообмене со странами, не входящими в ЕС. Данные Extrastat основываются на таможенных декларациях и предприятия не должны представлять Департаменту статистики дополнительные данные о товарообмене со странами, не входящими в ЕС. Внешнеторговая статистика составляется на основе отчетов Intrastat и данных, полученных по системе Extrastat. Extrastat и Intrastat основываются на постановлениях ЕС, которые действительны во всех странах ЕС. [4, с. 5]

Отчеты Intrastat являются основой для составления внешнеторговой статистики. Внешнеторговая статистика необходима для принятия решений, как в государственном, так и в частном секторе и это на всемирном уровне, на уровне Европейского Союза, на уровне отдельной страны ЕС и на уровне отдельного предприятия. Национальный департамент статистики регулярно отправляет данные по внешней торговле таким международным организациям как Организация Объединенных Наций (ООН), Международный Валютный Фонд, Всемирная Торговая Организация и многим другим специализированным ассоциациям и союзам. На уровне ЕС данные Intrastat необходимы для наблюдения за внутренним рынком ЕС, экономикой и единой денежной единицей евро, при ведении политических и торговых переговоров.

Такие отчеты обязаны предоставлять предприятия, которые определяются на основе статистических порогов. Статистический порог вычисляется на основе данных по

внешней торговле за предыдущий год. При расчете порогов обороты при отправке и поступлении товара рассматриваются отдельно. Отчет представляется только в том случае, если оборот превысил статистический порог при отправке товара в страны ЕС или при поступлении товара из стран ЕС. Так, например, по данным Департамента статистики Эстонии в 2012 году статистический порог в Эстонии при отправке товара составляет 100 000 евро, а при поступлении товара — 140 000 евро. В Чехии — если оборот (отправленные и полученные товары) превышает 8 млн. крон (307 000 евро) [6].

Отчет могут представлять:

- сами предприятия или их подразделения;
- головные предприятия (могут располагаться за границей);
- представители предприятий (например, таможенные маклеры, декларанты, бухгалтерские фирмы).

Если предприятиям удобнее вместо общего отчета представлять отчеты отдельно по филиалам и подразделениям, оно может это делать, предварительно согласовав с Департаментом статистики контактные данные отчитывающихся подразделений. Если отчет Intrastat за предприятие представляет другое физическое или юридическое лицо (декларант), то желательно, чтобы декларант послал статистический отчет и подотчетному предприятию для проверки достоверности данных и ответа на вопросы Департамента статистики. За верность представленных данных отвечает в любом случае само предприятие, обязанное представлять отчет. Касательно контроля данных со стороны органов власти, то в соответствии с Регламентом (ЕС) № 638/2004 Европейского Парламента и Совета от 31 марта 2004 года «О статистике Сообще-

ства, относящиеся к торговле товарами между государствами-членами» каждое государство определяет национальный орган, ответственный за контроль достоверности данных, предоставляемых предприятиями по системе Intrastat, самостоятельно.

Интерес представляет определение статистической стоимости товарооборота в данной системе. Статистическая стоимость — стоимость товара на границе государства.

При отправке товара указывается цена FOB-типа и трёхзначный буквенный код использованной валюты. Цена FOB-типа — включает стоимость товара и расходы по доставке товара до границы страны, отправившей товар, независимо от того, кто осуществляет перевозку товара (продавец, покупатель, транспортная фирма). (табл. 2)

При поступлении товара указывается цена CIF-типа и трёхзначный буквенный код использованной валюты. Цена CIF-типа включает стоимость товара и расходы по страхованию и транспортировке товара до границы страны, получившей товар, независимо от того, кто осуществляет перевозку товара (продавец, покупатель, транспортная фирма). Статистическую стоимость можно указывать как в валюте, так и в национальной валюте государства и в целых числах. При переводе валюты в национальную валюту используется установленный Национальным Банком средний курс валюты за отчётный месяц, курс валюты на последний день предотчётного месяца или курс, используемый в бухгалтерском учете. Заполнение данной графы является обязательным только для крупных предприятий или в случае отсутствия счета-фактуры. (табл. 2) [4, с.19]

Таблица 2

Расчет статистической стоимости, исходя из условий поставок (упрощение)

Условие поставки	Отправка товара	Поступление товара
EXW, FCA	Счёт-фактура + Транспортные расходы в стране отправления + Расходы по страхованию	Счёт-фактура + Транспортные расходы за пределами страны отправления + Расходы по страхованию за пределами страны отправления
FAS, FOB	Счёт-фактура	Счёт-фактура + Транспортные расходы за пределами страны отправления + Расходы по страхованию за пределами страны отправления
CFR	Счёт-фактура — Транспортные расходы за пределами страны отправления	Счёт-фактура + Расходы по страхованию за пределами страны отправления
CIF	Счёт-фактура — Транспортные расходы за пределами страны отправления — Расходы по страхованию за пределами страны отправления	Счёт-фактура

CPT	Счёт-фактура — Транспортные расходы за пределами страны отправления — Расходы по страхованию за пределами страны отправления	Счёт-фактура + Расходы по страхованию за пределами страны отправления — Транспортные расходы в стране отправления
CIP	Счёт-фактура — Транспортные расходы за пределами страны отправления — Расходы по страхованию за пределами страны отправления	Счёт-фактура — Транспортные расходы в стране отправления — Расходы по страхованию в стране отправления
DAP (ранее — DAF) (границей является государственная граница экспортирующей страны)	Счёт-фактура	Счёт-фактура + Транспортные расходы за пределами страны отправления + Расходы по страхованию за пределами страны отправления
DAP (ранее — DAF) (границей является государственная граница импортирующей страны)	Счёт-фактура — Транспортные расходы за пределами страны отправления — Расходы по страхованию за пределами страны отправления	Счёт-фактура
DAT, DAP (ранее — DEQ, DES)	Счёт-фактура — Транспортные расходы за пределами страны отправления — Расходы по страхованию за пределами страны отправления	Счёт-фактура
DAT (ранее — DDU)	Счёт-фактура — Транспортные расходы за пределами страны отправления — Расходы по страхованию за пределами страны отправления	Счёт-фактура — Транспортные расходы в стране отправления — Расходы по страхованию в стране отправления
DDP	Счёт-фактура — Транспортные расходы за пределами страны отправления — Расходы по страхованию за пределами страны отправления — Таможенные пошлины	Счёт-фактура — Транспортные расходы в стране отправления — Расходы по страхованию в стране отправления — Таможенные пошлины

С учетом изложенного можно сформулировать вывод о том, что в мире существует достаточное количество Таможенных союзов, но практически не существует отработанной методики учета перемещаемых товаров между странами-членами таковых союзов и оценки эффективности внешнеэкономической деятельности внутри союзов. В созданном, при участии нашей страны Таможенном союзе целесообразно перенять опыт Европейского союза, по причине его успешного функционирования. Имеет смысл разработать и ввести в действие некую систему

учета перемещаемых товаров, подобную Extra- и Intrastat, которая будет обязательна для всех стран-участниц, пересмотреть и дополнить Единую методологию Таможенного союза более подходящими определениями и понятиями в части экспорта и импорта товаров во взаимной торговле. Кроме того, благодаря единой методике учета товаров удастся избежать ошибок, получаемых в результате «зеркальной» статистики, которые существуют в настоящий момент.

Литература:

1. «Статистика международной торговли товарами концепции и определения, 2010 год». Статистические документы серия М № 52 — ООН Нью-Йорк — 2011. — 141 с.
2. «Руководство по статистике международной торговли услугами, 2004 год». Статистические документы серия М № 86 — ООН Нью-Йорк — 2004. — 213 с.
3. Глазьев С. Ю. «Регулирование внешней торговли Таможенного союза ЕврАзЭС». — Учебник. М.: «Прспект» — 2011. — 317 с.

4. Справочник 2009. Вспомогательный материал для заполнения отчета Intrastat. — Таллин, 2009. — 49 с.
5. Официальный сайт Электронного журнала «Геополитика» [Электрон.ресурс]: Режим доступа: WorldWideWeb. URL: <http://www.geopolitics.ru>.
6. Официальный сайт информационного портала «Бухгалтерское обслуживание в Чехии» Электрон.ресурс]: Режим доступа: WorldWideWeb. URL: <http://www.balans.cz/financial-news/108-intrastat.html>.

18. ТУРИЗМ

Формирование и развитие туристско-рекреационного кластера в моногороде

Джумагазина Мария Бакдзяновна, магистрант
Оренбургский государственный университет

В статье автор рассматривает формирование и развитие туристско-рекреационного кластера в городе Соль-Илецк. Подчеркивается уникальность туристско-рекреационных ресурсов города, выделяются основные признаки формируемого там кластера.

Ключевые слова: туризм, туристский бизнес, туристско-рекреационный кластер ТРК «Соленые озера», туристический потенциал ТРК «Соленые озера».

Туристская отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов Федерации, муниципальных образований. Практически все регионы страны включили туризм как приоритетную отрасль в концепции и программы перспективного развития [4]. Являясь одним из наиболее динамичных секторов мировой экономики, туристско-рекреационная индустрия оказывает стимулирующее воздействие на развитие ключевых отраслей (транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления) [5], оцениваемое значимым мультипликативным эффектом, который выступает катализатором социально-экономического развития, прямо и косвенно способствует повышению качества жизни населения.

Восстановление работоспособности, поддержание и укрепление здоровья людей является одной из важнейших задач государства. В связи с этим развитие внутреннего туризма становится актуальной задачей и одним из инструментов оздоровления нации.

Вектор развития российской туристской индустрии определен в концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)» [4]. Суть концепции — в использовании кластерного подхода в развитии туризма, т. е. сосредоточения в рамках ограниченной территории организационных и финансовых усилий, направленных на создание наилучших условий для развития туристской инфраструктуры и сферы сопутствующих услуг. Создание на территории этих зон современных рекреационных комплексов с развитой инфраструктурой будет способствовать увеличению туристического потока и, как следствие, созданию новых рабочих мест и социально-экономическому развитию регионов.

В настоящее время развитие туризма позволяет оживить экономическую жизнь региона, за счет привлечения инвестиций, дополнительных поступлений доходов в местный бюджет, что позволит поддержать развитие

малых предприятий и улучшить экологическую обстановку за счет дополнительного финансирования природоохранных программ. Поэтому первая проблема и направление развития туристско-рекреационной сферы в регионах — это обеспечение доступности рекреационных услуг для населения. Вторая — это развитие туризма, повышение эффективности и конкурентоспособности туристско-рекреационных комплексов регионов. Работа по этим направлениям включает в себя создание современной туристической индустрии и развитие ее инфраструктуры. Необходимо разработать системную методологию, поддерживающую функции и процессы управления развитием региональных туристско-рекреационных комплексов, начиная от целеполагания, сбора и анализа информации, прогнозирования и планирования конъюнктуры макросреды, заканчивая выработкой управляющих воздействий и регулирующих процедур.

На наш взгляд всестороннее развитие туризма в регионе, безусловно, требует решения ряда конкретных задач, в том числе первоочередных: оценка ресурсной обеспеченности и туристских возможностей региона; выявление особо ценных и уникальных объектов туристского интереса. Таким образом, можно утверждать, что важнейшим направлением формирования рынка туристских услуг является изучение и выявление туристского потенциала в конкретном регионе с учётом его особенностей. С особой остротой эти задачи проявляются в границах узкоспециализированных территорий, в частности, в городе Соль-Илецк.

Исходя из выше сказанного, необходимо дальнейшее развитие и совершенствование теоретических и методических подходов к комплексной оценке туристско-рекреационного потенциала города Соль-Илецк, что позволит на основе использования полученных результатов формировать высокоэффективный туристско-рекреационный кластер.

Анализ исследований монографической и периодической литературы российских и зарубежных ученых показал, что в целом научных публикаций по вопросам оценки и регулирования развития рекреационного потенциала, в том числе в составе региональных социально-экономических систем, достаточно для формирования системно-целостного представления о предмете исследования.

Отмечая, многообразие фундаментальных подходов и прикладных исследований по раскрытию отдельных сторон очерченной проблематики, следует подчеркнуть, что отсутствует целостная концепция туристско-рекреационного кластера, основанная на активном вовлечении в данный процесс рынка коммерческой недвижимости в качестве структурного и инфраструктурного элемента кластера, базирующаяся на широком внедрении современных информационных и телекоммуникационных технологий в процессы формирования, функционирования и развития туристско-рекреационного кластера.

Из этого следует, что система мероприятий государственного регулирования, основанного на кластерном подходе, ориентируется на приоритеты модернизации и инновационного развития регионов и позволяет повысить уровень взаимодействия между федеральными и региональными органами управления, бизнесом, научно-образовательными учреждениями.

В результате анализ исследований российских и зарубежных ученых показал, что туристско-рекреационный кластер относится к числу крупнейших, высокодоходных

и наиболее динамично развивающихся сфер регионального развития. Таким образом, развитие рекреационного региона предполагает активное строительство дорог, гостиничных и курортных комплексов, обустройство новых рекреационных территорий, создание парковой зоны и т. п., что актуализирует проблему инвестиционной обеспеченности достижения указанных стратегических целей и решения задач.

По мнению многих авторов под туристско-рекреационным кластером понимается группа географически локализованных взаимосвязанных компаний, поставщиков специализированных услуг, инфраструктуры, образовательных центров и других организаций, взаимодополняющих друг друга и ориентированных на удовлетворение общественных и индивидуальных потребностей в туризме и рекреации. Версия структурно-функциональной модели туристско-рекреационного кластера приведена на рис. 2.

Цель создания туристско-рекреационного кластера — формирование саморазвивающейся конкурентоспособной туристско-рекреационной системы на территории Оренбургской области, обеспечивающий высокий уровень обслуживания туристов в круглогодичном режиме функционирования.

Решение задачи формирования туристско-рекреационного кластера лежит в плоскости реализации конкурентных преимуществ, включая удобное географическое положение, транспортные пути, благоприятные климатические условия.

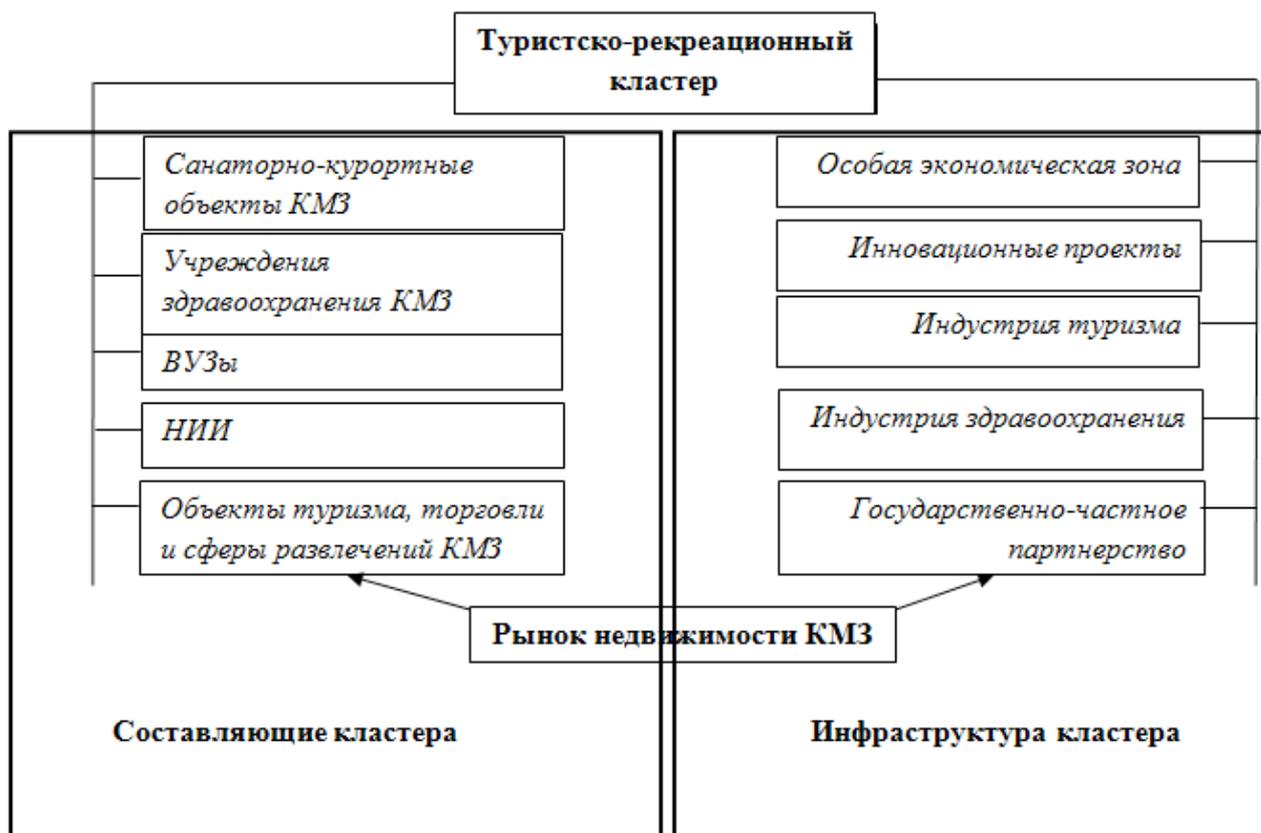


Рис. 2. Структурно-функциональная модель туристско-рекреационного кластера на территории КМЗ «Соленые озера»

При этом создание каждого нового кластера (в том числе туристского или туристско-рекреационного) фактически определяет и развивает позиционирование территории и влияет на формирование имиджа города.

Стоит отметить, что управление организациями туристского бизнеса в рекреационном кластере предполагает, их рассмотрение не как обособленные организации, взаимодействующие с внешним окружением, а во взаимосвязи с остальными участниками кластера. Следовательно, объективно существует необходимость обеспечения органов управления аналитической информацией, раскрывающей состояние и тенденции развития всего туристско-рекреационного кластера. Такая информация может быть сформирована посредством идентификации кластера.

Формирование ТРК «Соленые озера» направлено на создание курорта круглогодичного функционирования, снижение антропогенной нагрузки на экосистему территории, существенное повышение качества обслуживания туристов [1].

Развитие туристско-рекреационного кластера «Соленые озера» направлено на решение следующих групп проблем [3]:

— недостаточность туристской инфраструктуры — инфраструктуры средств коллективного размещения и сервисной инфраструктуры (в том числе индустрии придорожного сервиса);

— неудовлетворительное состояние объектов культурно-исторического назначения;

— неудовлетворительное состояние и/или нехватка объектов обеспечивающей инфраструктуры (водоснабжения, водоотведения, электроснабжения, транспортной инфраструктуры и т. п.);

— отсутствие комплексного подхода к решению проблем реформирования курорта в круглогодичный.

Данные проблемы являются системными, требующими комплексного решения и вмешательства государства на федеральном уровне. Здесь, по мнению авторов, государственная поддержка развития внутреннего и въездного туризма в Соль-Илецком районе будет способствовать ускорению развития туристской отрасли региона и повлечет за собой значительный приток инвестиций. Это окажет положительное влияние на социально-экономическую сферу путем создания новых рабочих мест в туристской и смежных отраслях и, как следствие, увеличения доходов населения. Тем самым, развитие ТРК «Соленые озера» на условиях государственно-частного партнерства позволит повысить эффективность использования финансовых средств федерального и регионального бюджетов и привлечь частные, в том числе иностранные инвестиции.

Однако при формировании и развитии ТРК необходимо учитывать особенности влияния туризма на окружающую среду, в связи, с чем целесообразно ставить качественные, а не количественные цели в планировании и прогнозировании туристских потоков на территории курорта; развивать конкретные виды туризма — лечебный, лечебно-оздоровительный — с помощью контроля самостоятельного туризма и увеличения организованных туров.

В своей деятельности ТРК «Соленые озера» создаст оптимальную, упрощенную и выгодную систему доступа к финансовым (инвестиционным) ресурсам для своих участников и партнеров.

Создание туристического кластера «Соленые озера» при грамотном стратегическом планировании станет инновационным направлением в управлении развития Соль-Илецкого района.

Литература:

1. Вяткина К. В. Особенности политики развития российских регионов // Известия КБНЦ РАН. — Нальчик: изд-во КБНЦ РАН — 2009. — № 1 (27). — 0,5 п.л.
2. Ермакова Ж. А. Финансовое обеспечение формирования туристско-рекреационного кластера «Соленые озера». — Сфера туризма и гостеприимства в эпоху глобализации: сб. ст. междунар.науч.-практ.форума. — Пермь. — Перм. гос. акад. искусства и культуры, 2013. — с. 333–338.
3. Ермакова Ж. А., Полякова И. Л., Холодилина Ю. Е. — Влияние развития туризма на локальную территорию. // Материалы IX Международной школы-семинара молодых учёных «Геоэкологические проблемы степных регионов» — Оренбург, 2013.
4. О стратегии развития России до 2020 года: Выступление Президента Российской Федерации на расширенном заседании Государственного совета (8 февраля 2008 года, Москва, Кремль). — М.: Европа, 2008. — 28 с.
5. Реутова Ю. Н. Оценка эффективности развития санаторно-курортного кластера [Текст] / Ю. Н. Реутова // Стратегия обеспечения экономической безопасности России: материалы междунар. науч.-практ. конф. (Сочи, 14–17 мая 2009 г.). — Сочи, 2009. — 0,2 п.л.

Схемы страхования туристов, выезжающих за рубеж

Петрова Екатерина Игоревна, магистр
Оренбургский государственный университет

По данным Росстата за девять месяцев 2012 года количество россиян, выезжающих за рубеж с туристической целью, выросло на 6 % в сравнении с аналогичным периодом 2011-го — до 12,008 млн. человек. Туристическая активность значительно выросла сразу на нескольких направлениях — Словакии, Тунису, Арабским Эмиратам, Норвегии, Японии, Египту. При этом при подготовке организации поездки за границу российские туристы не задумываются о негативных последствиях путешествия. Хотя на сегодняшний день возросла опасность техногенных катастроф, вооруженных конфликтов, вирусных заболеваний и т. д. Поэтому наиболее простым способом защиты имущества, здоровья и интересов туристов выступает страхование. В России наиболее популярен выездной туризм, а практика выдачи некоторых виз показывает обязательность наличия страхового полиса у граждан нашей страны.

Для любителей путешествовать и просто для деловых людей, выезжающих за границу, существует такое понятие как «страхование туристов». Страхование граждан, которые выезжают за границу, является сравнительно молодым видом страхования, которое бурно развивается. Его возникновение связано с изменением образа жизни отечественных граждан и резким увеличением количества зарубежных поездок. Причем некоторые страховые компании начали работу по расширению диапазона своей деятельности, предлагая не только медицинские страховки, но и страхование неотложной помощи.

Однако, выезжая за границу, большинство наших граждан не спешат воспользоваться услугами страховых компаний. К туристическому страхованию сегодня многие россияне относятся с недоверием, а то и резко отрицательно. Иная же ситуация складывается в европейских странах. Собираясь в туристическую поездку в другую страну, жители «старого света» приобретают страховку вместе с билетом.

Так рассмотрим же, как происходит страхование туристов выезжающих за рубеж?

Прежде всего, необходимо определить, что же такое страхование туристов.

Страхование путешественников (далее — туристов) — это особый вид страхования, обеспечивающий страховую защиту имущественных интересов граждан во время пребывания в турпоездках, путешествиях, круизах. [1]

Многие туристы, к сожалению, очень редко задают более важные вопросы: какая страховая компания выдала им страховой полис, кто их будет обслуживать при возникновении страхового случая, каковы гарантии получения медицинских услуг и в каком объеме, как себя вести в критический момент? Часто клиенту нужна срочная помощь, а он даже не знает, что предпринять.

Рассмотрим 2 процесса страхования туристов, представленные на рисунке 1 и 2.

Первый процесс страхования происходит непосредственно при покупке путевки в другую страну. Когда страхователь (турист) приходит в туристическую компанию и на добровольной основе покупает вместе с туристической путевкой страховой полис. Договор по страхованию заключают менеджеры туристической фирмы, которые по совместительству работают страховыми агентами (между страховой организацией и конкретным менеджером или турфирмой заключен агентский договор). Туристу предоставляется страховой полис и квитанция. После чего менеджер передает все заключенные полисы страховой организации. В свою очередь, менеджеры страховой организации вводят данные полисы в базу страховщиков. При наступлении страхового случая турист обращается напрямую в страховую компанию и после необходимого согласования получает страховую выплату.

Второй процесс, заключается в том, что турист (страхователь) приобретает туристическую страховку (страховой полис) непосредственно у страховой компании. Выбор страховой компании турист делает самостоя-

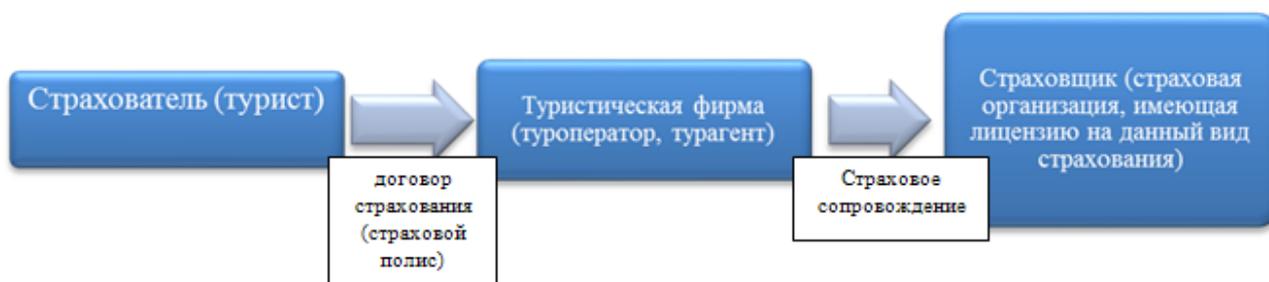


Рис. 1. Процесс страхования туристов в туристической фирме



Рис. 2. Процесс страхования туристов в страховой компании

тельно. Часто на этот выбор влияют реклама в СМИ и интернете. При обращении в страховую компанию туристу предоставляется право выбора страхового продукта и страховая сумма, на которую будет в последующем застрахован турист. После заключения договора страхования туристу выдается квитанция об оплате страхового полиса — это является гарантией заключения договора. Страхователь, так же как и в первом случае вносит данный договор в базу страховщиков и ведет страховое сопровождение туриста.

В настоящее время применяются в основном две схемы страхования туристов, предложенные Гвозденко А. А.

По первой схеме (компенсационной) при наступлении страхового случая турист сам расплачивается за оказанную медицинскую, юридическую, административную или иную услугу, а по возвращении на родину предъявляет необходимые документы (страховой акт, счета, чеки

и т. п.) страховой компании, с которой был заключен договор страхования.

По второй схеме (сервисной, или содействия) услуги в области страхования оказывают не менее двух страховых организаций: отечественный страховщик и его зарубежные партнеры — одна или несколько сервисных компаний assistance. При этом застрахованному надо лишь сообщить оператору (дежурному бюро) о страховом случае. Все дальнейшие заботы компания assistance берет на себя [2].

По моему мнению, вторая схема страхования (сервисная) является для туриста наиболее приемлемой, так как все заботы и расходы по наступившему страховому случаю берет на себя страховая компания. При такой схеме исключается вариант отказа в страховой выплате, а также долгого реагирования властей на страховой случай, так как очень часто страховые компании имеют четко выстро-



Рис. 3. Применяемые схемы страхования

енную систему реагирования на подобные случаи в зарубежных странах.

Таким образом, на сегодняшний день необходимо грамотно подходить к вопросу страхования. При планиро-

вании поездки за рубеж необходимо заранее посмотреть все страховые компании и изучить все страховые продукты, предлагаемые туристам, оценить ценовой диапазон страховки и ее сервисное сопровождение.

Литература:

1. Бобков М. А. /Гражданско-правовое регулирование страхования в туристской деятельности /Автореферат диссертации.
2. Гвозденко А. А. Основы страхования: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 304 с.

19. ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

Формирование и развитие конкурентных отношений в сфере городского пассажирского транспорта Актау

Кошимова Мира Амирхановна, кандидат экономических наук

Каспийский государственный университет технологий и инжиниринга им. Ш.Есенова (Казахстан, г. Актау)

С каждым годом развития рыночных отношений в Казахстане возрастала роль частного автобусного транспорта в общем объеме перевозок, как по числу частных автотранспортных предприятий, так и по числу перевозимых ими пассажиров и выполняемой транспортной работе. Мотивом этому служит то, что частный поставщик транспортных услуг, в своем желании получать прибыль, работает более эффективно, чем представитель государственного сектора.

В настоящее время платежеспособный спрос на городское транспортное пассажирское обслуживание повсеместно в Казахстане удовлетворяется сектором частного предпринимательства, что в целом предполагает действие механизма конкуренции в данной сфере. Между тем, практические исследования показывают иное положение дел.

Так, например, в столице Мангистау — городе Актау, услуги ГАПТ оказывают три транспортные компании негосударственной собственности (частные перевозчики), осуществляющие маршрутизированные перевозки пассажиров автобусами на официально утвержденных маршрутах. Обслуживание автобусных маршрутов осуществляется посредством договорных отношений между администрацией города Актау и городскими операторами рынка транспортных услуг города.

Основные принципы взаимоотношений заказчика перевозок с перевозчиками определяются договором, в котором закрепляются требования к качеству и безопасности перевозок, фиксируется стоимость проезда, обуславливается порядок получения компенсации убытков от перевозок льготных категорий пассажиров и использования регулируемых тарифов.

Для внутригородской перевозки пассажиров в 2010 году в Актау было организовано пять городских автобусных маршрутов и три пригородных маршрута. Перевозчики осуществляют свою деятельность на коммерческой основе. Согласно Постановлению Акима города Актау № 242 от 24.04.2012 г., приняты новые тарифы: Взрослый — 35 тенге, Детский — 25 тенге.

Нужно заметить, что стоимость проезда в городском автобусе по Актау — самая низкая по городам Казахстана. Для сравнения, в июне 2012 года автобусный тариф в го-

родах Актобе и Атырау составлял 45 тенге, в городах Караганда, Костанай, Павлодар, Тараз, Уральск — 50 тенге.

Подобные расхождения объясняются значительно большей, чем в г. Актау, протяженностью автобусных маршрутов в вышеназванных городах (средняя дальность поездки пассажиров в автобусах в Казахстане составляет 8 км., а по г. Актау — 3,5 км.).

Для обобщения результатов проведенного анализа современного уровня развития конкурентных отношений в сфере городского автомобильного пассажирского транспорта (ГАПТ) региона был использован метод SWOT анализа (табл. 1).

Итак, как мы можем судить по данным SWOT-анализа, слабых сторон и потенциальных угроз в данной сфере больше, чем преимуществ.

Исходя из численности участников рынка ГАПТ в Актау, его можно охарактеризовать как низко конкурентный, охваченный действиями буквально трех монополистов.

Но следует учитывать также и то, что на сегодняшний день в городе стихийно и бурно развивается рынок пассажирских перевозок легковыми автомобилями индивидуального пользования (так называемые «частники»). Несмотря на относительно более высокую стоимость перевозок, коммерческий транспорт, как обеспечивающий более высокое качество транспортного обслуживания, переключил на себя определенную часть пассажиропотока за счет населения с высоким уровнем дохода.

Неформальный сектор автомобильных перевозок, в котором на современном этапе имеется высокий уровень конкуренции и избыточное предложение транспортных услуг населению и бизнес — сектору, помимо своего «теневых характера», предполагающего уклонение от уплаты налогов, также таит в себе угрозу полного исчезновения общественного транспорта в городах.

Использование личных автомобилей для поездки на работу жителями региона во многом связано с невозможностью беспересадочного проезда из периферийных микрорайонов города в центр.

Необходимость оплаты двух автобусных маршрутов даже у тех граждан, что не имеют своих автомобилей, пе-

Таблица 1

SWOT-анализ развития конкурентных отношений
в сфере городского автомобильного пассажирского транспорта г. Актау*

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
1. Права на эксплуатацию городских автобусных маршрутов распределяются на конкурсной основе. 2. Ценовая доступность поездки в городском автобусе для всех категорий потребителей. 3. Перераспределение объема пассажиров между различными маршрутами незначительное. 4. Существует избыток предложения	1. Малое число действующих перевозчиков 2. Ограниченное количество маршрутов внутригородских автобусов 3. Отсутствие иных видов транспорта, предназначенного для перевозки пассажиров, кроме автомобильного (автобусы и такси). 4. Существует дефицит предложения перевозочных услуг на низко доходных маршрутах 5. Высокая стоимость транспортных услуг, что определяет низкую конкурентоспособность отрасли
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
1. Внимание к проблеме высших государственных органов 2. Создание бизнес-ассоциации пассажирских перевозчиков для взаимодействия местными властями 3. Усиление контроля со стороны местных органов исполнительной власти к развитию конкуренции в сфере автобусных перевозок пассажиров.	1. Недостаточно открытый характер деятельности перевозчиков, отсутствие учета объема и качества услуг, выполняемых предприятиями ГАПТ 2. Ускоренный рост городской автомобилизации 3. Недостаточно отрегулирован механизм защиты прав потребителей услуг ГАПТ 4. В отрасли велик удельный вес неучтенных доходов, избегающих налогообложения.

* составлено автором

реходит в альтернативу вызова такси, которое обойдется немногим дороже, но и довезет быстрее и даст более высокий уровень комфорта.

В. Можарова отмечает, что в Казахстане «деятельность транспортных компаний отличается непрозрачностью. В отрасли имеется значительный неформальный сектор перевозок, слабо регулируемый, а потому работающий недостаточно эффективно. Транспортная статистика является неполной и не всегда достоверной» [1, с. 124].

По статистике Антимонопольного агентства РК, транспортная сфера занимает четвертое место среди отраслей (после топливно-энергетического комплекса, органов государственного управления и сельского хозяйства) и на его долю приходится 18% антимонопольного законодательства [2, с. 12].

Например, в г. Актау, в условиях отсутствия проездных билетов, есть основания предполагать, что по всем предприятиям, обслуживающим отрасль имеют место быть неучтенные доходы, избегающие регистрации и налогообложения.

Не случайно, инспектор комиссии партийного контроля при Мангистауском филиале НДП «Нур Отан» Р. Шалбаев в ноябре 2012 года отметил, что работа транспорта в целом улучшилась лишь благодаря частым проверкам [3].

Тарифная политика на автомобильном транспорте должна удовлетворять предпринимательский интерес,

обеспечивать развитие автомобильного транспорта, стимулировать внедрение новейших технологий перевозок, применение современных типов транспортных средств, и способствовать решению следующих задач:

- увеличение возможностей субъектов хозяйствования по обеспечению потребностей потребителей услуг, привлечению инвестиций в развитие автомобильного транспорта;

- стимулирование конкуренции на автомобильном транспорте;

- обеспечение баланса между платежеспособным спросом на услуги и объемом расходов на их предоставление;

- обеспечение стабильности, прозрачности и прогнозируемости тарифов.

В настоящее время действующая в сфере ГАПТ тарифная политика, ограниченная рамками льготных проездных документов и фиксированной стоимостью проезда, не позволяет привлекать новых пассажиров за счет создания наиболее выгодных с экономической точки зрения условий поездки.

Открытие, изменение маршрутов проводится на усмотрение руководителя функционального органа администрации города, выступающего организатором пассажирских перевозок. Это приводит к недовольству не только перевозчиков, которые не могут задействовать избыток подвижного состава, но и жителей города, жалующихся на недостаток объема транспортных

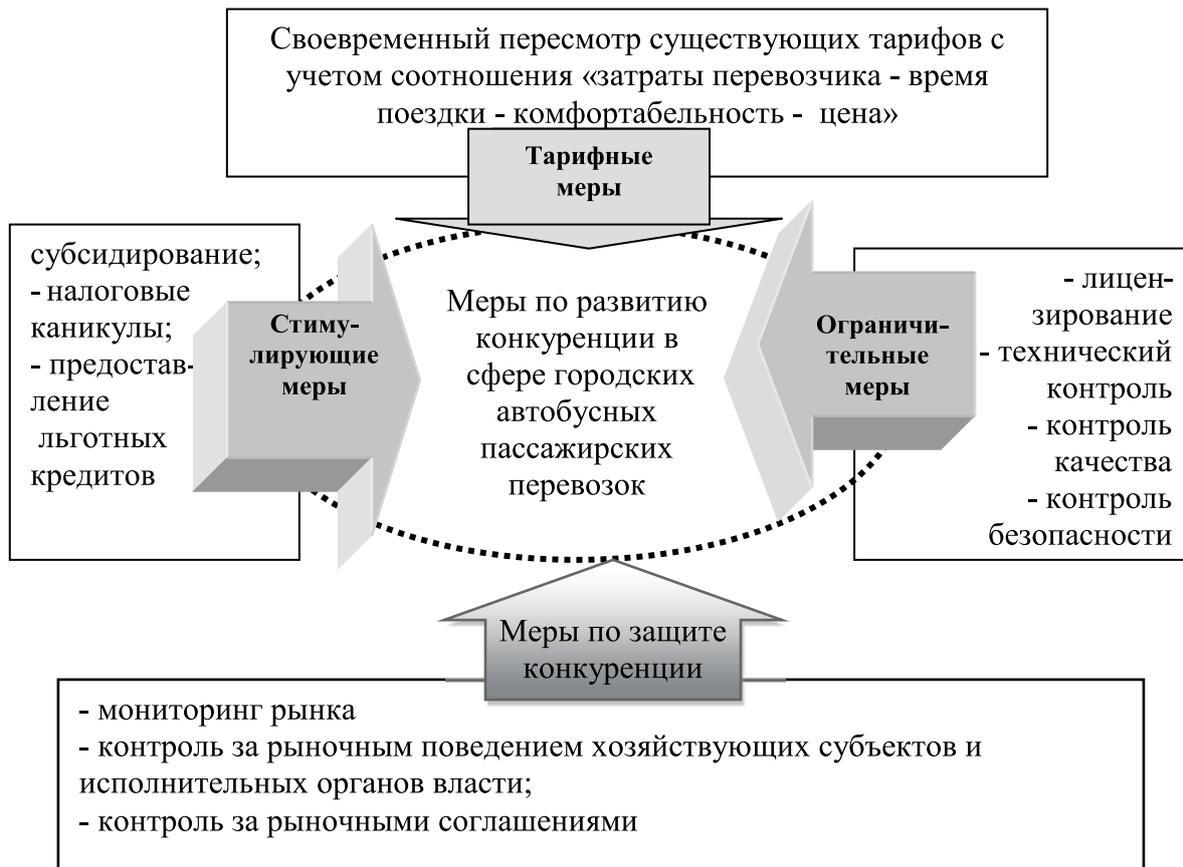


Рис. 1. Меры государственной конкурентной политики в сфере городских автобусных пассажирских перевозок (составлено автором)

услуг, в том числе на отсутствие некоторых транспортных связей.

В итоге отсутствие долгосрочных, понятных и прозрачных правил входа и работы на рынке городских пассажирских перевозок ведет к незаинтересованности перевозчиков вкладывать средства в развитие данной отрасли, снижает рыночную привлекательность ГАПТ и ведет к падению пассажиропотока.

Выход на рынок транспортных услуг индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере городских пассажирских перевозок, требуют активизации процессов государственной конкурентной политики на местах (Рис. 1).

При формировании рынка услуг городских пассажирских перевозок должны быть соблюдены требования эффективной конкуренции, а так же недопущение монополизации рынка.

Развитию конкурентных отношений в сфере городского автомобильного пассажирского транспорта, по мнению автора статьи, будут способствовать следующие основные мероприятия:

— обозначение и актуализация проблемы развития конкуренции на рынке ГАПТ в программах развития территорий;

— распространение в сфере городского автомобильного пассажирского транспорта механизмов государственно-частного партнерства;

— обеспечение равного доступа частных структур на рынок оказания автобусных пассажирских услуг. В рамках сформированной маршрутной сети распределение маршрутов между перевозчиками должно осуществляться исключительно на конкурсной основе, причем организационно-технические, экономические и другие факторы, которые учитываются при определении победителя конкурса, должны быть максимально детализированы;

— построение системы мониторинга за деятельностью государства и частных структур в сфере пассажирских перевозок;

— разработка мер по сокращению нецелесообразного государственного участия в деятельности частных автотранспортных предприятий;

— анализ обращений предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере ГАПТ на действия, препятствующие ведению бизнеса, например, необоснованной заморозки тарифов и выработка механизма устранения причин, создающих неблагоприятные условия для развития конкуренции.

Литература:

1. Можарова В. Транспорт в Казахстане: современная ситуация, проблемы и перспективы развития. — Алматы 2012. — 200 с.
2. Отчет о состоянии конкуренции на отдельных товарных рынках и мерах, принимаемых по ограничению монополистической деятельности в 2012 году// Официальный сайт Агентства Республики Казахстан по защите конкуренции (Антимонопольное агентство). — Астана, 2013.
3. <http://www.lada.kz>

Управленческие решения в логистике снабжения

Федотенков Дмитрий Григорьевич, аспирант
Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского

В современных условиях развития экономики в России логистика завоевала к себе большой интерес, и получило большое применение в системе управления материальными и связанными с ними информационными и финансовыми потоковыми процессами. И все это выражено в том, что применение логистики в хозяйственной деятельности позволяет сократить временные интервалы в приобретении сырья и поставки товаров, минимизировать товарные запасы до их оптимального уровня, ускорить получение информации и повысить уровень сервиса.

Логистика относительно молодая экономическая наука и, по своему существу, находится еще в стадии становления и развития. Перспективой является применение принципов и методов логистики к проблеме управления снабжением и запасами предприятий и компаний различной отрасли.

Эффективный процесс управления снабжением и запасами может существенно повлиять в успешном развитии большинства современных компаний. Выгодное приобретение различного вида ресурсов, сырья и услуг соответствующего качества по лучшей цене, на основе долгосрочного сотрудничества давно привлекает внимание многих специалистов в государственном, так и частном секторе экономики. В наше время, внимание сосредоточено на общий процесс управления снабжением в контексте целей организации. Процесс снабжения с наличием циклов избытка и недопоставок, предложений и изменяющихся цен, ресурса времени и вопросами наличия ресурсов требует от компаний разработки стратегии и тактики для обеспечения необходимой величины прибыли. Новая система управления предполагает коренное изменение функций и механизмов их взаимодействия и организации материальных, финансовых, информационных и других потоков. И исходя из этих условий, стратегия управления снабжением и запасами становится высокоэффективным рыночным инструментом в обеспечении конкурентоспособности предприятий. Еще следует отметить то, что значительный интерес в необходимости эффективного управления снабжением и запасами возни-

кает не только у предприятий и компаний, находящихся в неблагоприятном состоянии, но и у руководителей эффективно развивающихся субъектов хозяйствования.

Для современной экономики большой интерес представляют исследования, анализ, разработка и реализация стратегий управления снабжением и запасами для компаний и фирм различных направлений деятельности [6].

Предприятия, будь то они производственные, торговые или относящиеся к сфере услуг, не могут являться самодостаточными. Все организации, в какой-то степени зависят от сырья, материалов и услуг, которыми их обеспечивают другие организации (например, помещение, тепло, свет, средства связи, офисное оборудование и т.д.). Отсюда следует что осуществление закупок и снабжения — это одна из основных функций в организации.

Термины «закупка» и «снабжение» почти взаимозаменяемы. Термин «закупка» это процесс покупки: осознание необходимости, поиск и выбор поставщика, переговоры о цене, а также прочие условия, связанные с доставкой товара, т.е. при использовании понятия «закупка» понимается фактическая покупка. А вот термин «снабжение» имеет значение более широкое и включает различные типы приобретений (закупку, аренду, выполнение по контракту и т.д.), а также связанные с этим операции (активности): выбор поставщиков, проведение переговоров, согласование условий, экспедирование, мониторинг показателей работы поставщиков, грузо-переработку материалов, транспортировку, складирование и приемку товаров, полученных от поставщиков) [6].

Снабжение, как правило, не занимается самостоятельно перемещением материалов, а организует его, и информирует поставщика о необходимости поставки тех или иных материалов, производит обмен прав собственности на материалы, т. е. в первую очередь связано с обработкой информации.

Между организациями, входящими в цепь поставок, снабжение образует основное звено и служит механизмом координации материального потока между потребителями и поставщиками. В каждой точке канала снабжение

отправляет назад по каналу сообщения о том, чего хотят потребители, и вперед — сообщение о том, что поставщики могут предложить. После этого начинаются переговоры, уточняющие условия каждой поставки.

Очень важно отметить, что на снабжение приходится значительная доля общих расходов, и по своим логистическим характеристикам снабжение существенно отличается от материально-технического обеспечения. Типичный производитель тратит 60% на материалы, потому снабжение непосредственно отвечает за большую часть расходов компании, и даже относительно небольшие улучшения в этой области могут принести существенные выгоды [6].

Логистика снабжения первая логистическая подсистема, и основной ее целью является — управление материальными потоками и услугами в процессе обеспечения организации материальными ресурсами и услугами.

В обобщенном виде цель снабжения — гарантирование, в надежности поставки материалов соответствующего качества, необходимого объема и в нужное время, от квалифицированного поставщика, с высоким уровнем сервиса и по приемлемой цене.

Исходя из этого, можно сформулировать основные задачи логистики снабжения:

- формирование надежного и непрерывного материального потока для обеспечения бесперебойного функционирования организации;
- поддержание уровня запасов материальных ресурсов на складе;
- развитие отношений с подразделениями, использующими эти материалы;
- поиск надежных, зарекомендовавших себя на рынке поставщиков, с тесным взаимодействием с ними и формированием выгодных отношений;
- поддержка и повышение качества закупаемых материалов;
- договоренность о наименьшей общей стоимости с сохранением должного уровня качества, количества, условий доставки и сервиса;
- повышение конкурентоспособности.

В достижении стратегических целей компании, направленных на постоянное улучшение обслуживания потребителей, рост качества и конкурентоспособности товаров и услуг, снабжение играет важную роль. Управление снабжением представляет собой область деятельности, в результате которой компания приобретает необходимые товары и услуги, обратим внимание на типовые задачи в управлении снабжением и их характеристики, представленные в (таблице 1) [1].

Среди тенденций управления снабжением, следует обратить внимание на тенденции имеющие отношение к управлению цепями поставок и интеграции логистики и стратегического менеджмента выделенные, по мнению Д. И. Токарева [5]:

1. Тенденция к использованию единственного поставщика, расширению партнерств между поставщиком и потребителем, обмен информацией;

2. Установление долгосрочных контрактов;

3. Концентрация усилий производителей готовой продукции на разработке и сборке, что означает сокращение закупок сырья, увеличение потока компонентов от поставщиков, рост удельного веса расходов на снабжение в себестоимости продукции;

4. Разделение функций отделов снабжения и логистики на стратегические и оперативные (тактические);

5. Управление цепями поставок;

6. Сокращение временного цикла. На общий цикл разработки и производства серьезно влияют сроки цикла снабжения. Отдел снабжения путем тесного взаимодействия с ограниченным числом поставщиков будет в состоянии сократить общий цикл времени на 50–60%;

7. Интеграция в стратегию бизнеса. Цели и стратегии отдела снабжения интегрированы с корпоративными целями и стратегиями;

8. Логистический аутсорсинг.

А вот, по мнению В. И. Сергеева, стратегия управления снабжением материальными ресурсами промышленной компании складывается из учета приоритетов и взаимодействия в основном финансового, операционного и логистического менеджмента [2].

Сокращения расходов в процессе снабжения можно добиться путем улучшения функционирования внутренних систем снабжения, осуществления анализа ценности приобретаемых товаров и услуг, улучшения процесса приобретения товаров и управления базой снабжения [3].

С целью выработки стратегии управления снабжением необходимо провести декомпозицию логистической системы. Использование общей теории систем и методологических принципов логистики предполагает объектную и процессную декомпозицию логистической системы. Объектная декомпозиция логистической системы представлена на (рис. 1) [1].

Как видно из рис. 1, с позиций микро-логистики декомпозиция логистической системы на подсистемы, звенья и элементы определяет иерархию управленческих функций (планирование, организация, контроль, координация и т.д.) в службе логистики компании (субъекте управления). Декомпозиция логистической системы на логистические сети, каналы и цепи позволяет оптимизировать решения по формированию логистической инфраструктуры, поддерживающей процессы товародвижения с позиций корпоративной стратегии компании и наиболее полного удовлетворения требований клиентов.

Процессная декомпозиция в логистике может строиться также в двух основных вариантах с позиций микро- и макро-логистики:

1) логистическая система — функциональная область логистики — логистическая функция — логистическая операция;

2) цепь поставок — ключевой бизнес-процесс — логистический бизнес-процесс — логистическая функция — логистическая операция.

Таблица 1

Типовые задачи в управлении снабжением [1, 2]

Наименование	Краткая характеристика
Идентификация (или переоценка) потребностей	Определение снабженческих трансакций, которые должны быть установлены между отделом закупок и конкретными потребителями (подразделениями) материальных ресурсов внутри компании. В некоторых случаях, например, при изменении ассортимента готовой продукции пересматривается состав внутрифирменных потребителей и (или) номенклатуры материальных ресурсов
Определение и оценка требований потребителей	Как только определены внутрифирменные потребители и номенклатура материальных ресурсов, устанавливаются требования к весу, размерам, параметрам поставок, планы и спецификации на каждую позицию номенклатуры и номенклатурную группу материальных ресурсов. Кроме того, устанавливаются требования пользователей, определяющие сервис и сопровождающие поставки
Решение «делать или покупать»	Решается вопрос выгодности собственного производства или покупки соответствующих видов материальных ресурсов на основе сопоставления затрат и уровня качества
Определение типов закупок	В современных условиях существуют три основных типа закупок в зависимости от продолжительности и сложности: установившиеся закупки, модифицированные закупки (в которых меняется или поставщик или параметры закупаемых материальных ресурсов), новые закупки, вызванные потребностями нового внутрифирменного пользователя
Анализ поведения рынка	Знание и анализ рынка поставщиков помогают логистическому персоналу компании определить возможное количество поставщиков, параметры их оценки с целью эффективной организации процесса снабжения
Идентификация всех возможных поставщиков	Определение всех возможных (существующих и потенциальных) поставщиков определенной группы и номенклатуры материальных ресурсов
Предварительная оценка всех возможных источников	Проведение предварительной экспертной оценки предлагаемого поставщиками качества материальных ресурсов и сервиса и сопоставление результатов с требуемыми внутрифирменными потребностями
Оценка оставшихся поставщиков и окончательный их выбор	Для окончательного выбора поставщиков используется, как правило, многокритериальная оценка
Доставка материальных ресурсов и сопутствующий сервис	Включает ряд задач, связанных с поставками конкретной номенклатуры материальных ресурсов от поставщика к потребителю: оформление договорных отношений, передача прав собственности на материальные ресурсы, процедуры формирования заказов, транспортировка, грузо-переработка, хранение, складирование и т.п. В ряде случаев включает решения в отношении организационной структуры собственных логистических каналов продвижения материальных ресурсов от поставщика
Контроль и оценка выполнения закупок	Эффективность управления процессом снабжения оценивается по результатам непрерывного контроля и аудита выполнения условий договоров по срокам, ценам, параметрам поставок, качеству материальных ресурсов и уровню сервиса

По мнению многих ученых, выстраивание бизнеса на основе процессного подхода позволяет решить ряд важных задач — от сокращения непроизводственных расходов и оптимизации использования ресурсов до достижения стратегического соответствия требованиям потребителей определенного сегмента рынка. Таким образом, логистический процесс можно представить в виде совокупности всех бизнес-процессов, реализующих цели логистической системы в стратегическом, тактическом или оперативном плане. При формировании в компании службы логистики, построении соответствующей логистической системы на уровне организации бизнеса конструктивное значение

имеет выделение функциональных областей (логистика снабжения, логистика производства, логистика распределения, реверсивная логистика) приложения логистических действий: операций и функций. Эти сферы традиционно задаются дифференциацией отдельных сторон бизнеса компании и ее партнеров: поставщиков, потребителей, логистических посредников [4]. В каждой из названных областей логистики формируется собственная стратегия функционирования, сопряженная с корпоративной стратегией.

На (рис. 2) по мнению Н.П. Карповой отображены основные цели и задачи стратегии процесса снабжения.

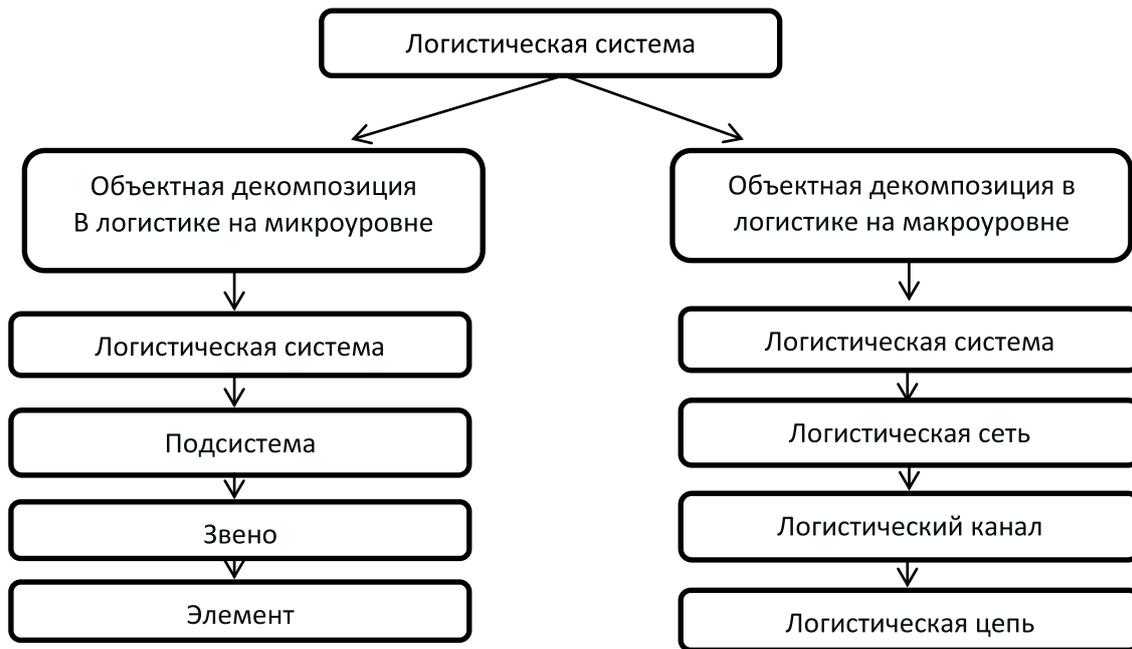


Рис. 1. Объектная декомпозиция логистической системы [4]

Как мы видим из данного рисунка, миссия процесса снабжения образуется из миссии логистической стратегии и заключается в минимизации совокупных издержек на организацию процесса снабжения при качественном удовлетворении потребностей внутренних потребителей компании. Реализация основной цели процесса снабжения производить или покупать реализуется через расчет экономической эффективности собственного производства или покупки товарно-материальных ценностей (услуг). В случае принятия решения о покупке, руководство отдела логистики (снабжения) ставит целью выбор оптимального источника снабжения и установление хозяйственных связей с ним. Данное решение принимается на основе анализ рынка закупок, расчета рейтинга поставщиков, проведения переговоров и заключение договоров на поставку (оказание услуг) [1].

Закупка нужных товаров и услуг в заданное время, в необходимом количестве, нужного качества, по оптимальной цене реализуется через такие показатели, как [1]:

- степень удовлетворенности внутреннего клиента;
- уровень комплектности, ритмичности поставок;
- процент брака;
- средний срок поставки;
- временной цикл снабжения;
- экономия затрат на закупаемые товары (услуги) за счет ценовых предпочтений, дополнительных услуг.

Снижение совокупных расходов на организацию и управление снабжением достигается за счет оптимизации расходов на доставку, хранение закупаемых товарно-материальных ценностей и управление снабжением.

На основании проведенных расчетов экономической целесообразности тех или иных вариантов управленческих решений в снабжении принимаются на вооружение

следующие стратегии снабжения: стратегии вертикальной интеграции (назад), стратегического партнерства, минимизации расходов, реализуемые в процессе управления закупками и поставщиками. Так стратегии вертикальной интеграции в процессе взаимодействия с поставщиками основываются на приобретении бизнеса поставщиков с целью выхода на новые рынки и развития новых направлений деятельности. Стратегии стратегического партнерства заключаются в развитии стратегических форм взаимодействия с поставщиками товаров и услуг (аутсорсинг, стратегические союзы, альянсы и т.д.) с целью минимизации совокупных издержек логистической системы и наиболее качественного удовлетворения конечных потребителей. Стратегии минимизации расходов основываются на управлении закупками с позиций минимизации затрат на приобретение товаров, т.е. здесь главным моментом при выборе источника снабжения становится наименьшая цена при наиболее полном комплексе сопутствующих услуг [1].

В случае реализации стратегий снабжения цели логистической стратегии будут достигнуты путем: решения комплекса задач по усилению меж-функциональной и меж-организационной интеграции и (или) координации за счет внедрения логистической информационной системы (без которой невозможно осуществление стратегий процесса снабжения), оптимизации затрат на всех стадиях продвижения потоковых процессов; повышения уровней показателей качества обслуживания потребителей.

В итоге, можно сказать, что логистика обладает активным интегрирующим потенциалом, способным связать воедино и улучшить взаимодействие между такими базовыми фирменными функциональными сферами, как снабжение, производство, маркетинг, дистрибуция, ор-

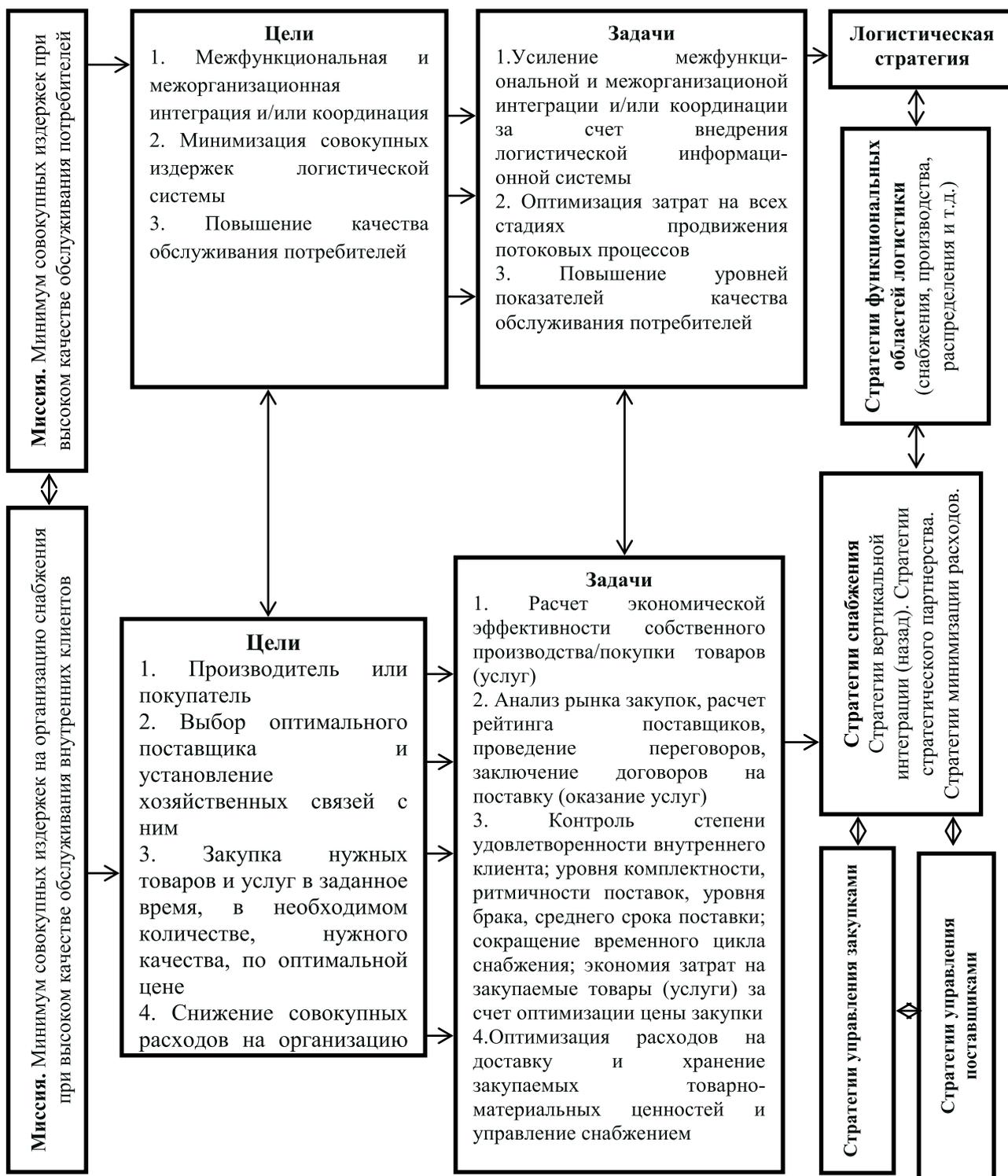


Рис. 2. Цели и задачи стратегий логистики снабжения [1]

ганизация продаж. Например, преобразуя маркетинговую информацию, логистический менеджмент воздействует на производство, оптимизируя производственно-технологический цикл и продуктовые характеристики. Рационально управляя запасами продукции в снабжении, производстве и сбыте, логистика способствует уменьшению общих затрат, снижению цены товаров и в результате улучшению стратегических позиций фирмы на рынке. Логистический

менеджмент может обеспечивать эффективную координацию объемов закупок материальных ресурсов и производства годовой продукции с прогнозируемым маркетингом объемом продаж.

Таким образом, логистический менеджмент поддерживает системную устойчивость фирмы на рынке, сглаживая противоречия между маркетингом, производством и финансами и оптимизируя межфункциональные вну-

трифирменные решения, и внедрение современных логистических концепций и систем является одним из стратегических путей повышения конкурентоспособности отечественных организаций бизнеса.

Литература:

1. Карпова Н.П. Формирование управленческих решений логистики снабжения // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2010. №11 (73).
2. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / под общ.и науч. ред. проф. В.И. Сергеева. М., 2005.
3. Линдерс М.Р., Фирон Х.Е. Управление снабжением и запасами. Логистика: пер. с англ. СПб., 2005. С. 319.
4. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок / В.В. Дыбская [и др.]. М., 2009.
5. Токарев Д.И. Стратегическая логистика в управлении цепочками поставок (на примере предприятий автомобильной промышленности): дис. канд. экон. наук. Самара, 2004.

20. ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО

Le projet d'investissement en Bulgarie – la pratique et les problèmes

Велковска Гена Цветкова, доктор по економика, доцент
Тракийски университет (г. Стара Загора, България)

Velkovska Gena Tsvetkova
Trakia University – Stara Zagora, Bulgaria

Introduction

Depuis 2013, la structure du gouvernement bulgare entre dans un nouveau ministère — le ministère de la conception de l'investissement. Le but de la création d'un tel ministère est de renforcer et de stabiliser les domaines clés de la planification des investissements par paquet législatif efficace et le contrôle du projet d'investissement dans la technologie de totalité. En plus de l'exécutif, cette autorité est établie et l'Assemblée législative de la République de Bulgarie — la commission du Parlement bulgare sur la conception de l'investissement.

Selon la déclaration de la Ministre de l'Investissement conception Dr. Arch. Ivan Danov ministère de la conception de l'investissement déjà approuvé des projets d'investissement totalisant plus de 134,3 millions lev. Cela conduira à l'ouverture de nouveaux emplois, le maximum d'absorption des fonds disponibles au titre des fonds de l'UE contribuera à relancer rapidement l'économie. À l'heure actuelle, sept municipalités ont présenté des projets d'investissement pour approbation et l'émission de permis de construction.

1. Quelques moments clés de la conception de l'investissement en Bulgarie.

En vertu des lois actuelles de planification en Bulgarie (. Art. 139, alinéa 1 de la loi sur l'aménagement du territoire), les projets d'investissement peuvent être faites dans les phases suivantes: conception conceptuelle, conception technique, de conception détaillée (plans d'exécution et de détails).

L'investisseur du projet d'investissement, en fonction de site spécifique obligatoire assignée à développer ces parties du projet d'investissement, sur ce qui peut être évalué pour la conformité avec les exigences de la Loi et de réaliser la construction.

Tous les documents — graphiques et texte, dans toutes les parties du projet d'investissement doivent être signés et estampillés par le concepteur de la partie et ont convenu de la signature des designers et le reste de l'entité. Ne pas être

d'accord avec la signature des designers du reste et le promoteur calculé par le concepteur de l'appareil.

Dans les pratiques de construction bulgares ont conception de l'investissement doit être précédée par la préparation de visa de conception. Ces visas peuvent exiger que le promoteur ou la personne autorisée. Le visa est délivré par l'architecte en chef de la municipalité dans les 14 jours suivant la réception de la demande.

Qu'est-ce qu'un visa?

Conception de Visa est une copie (échantillon) d'un plan de développement détaillé avec une gamme la propriété foncière et la terre voisine, marquée avec des bâtiments disponibles et des structures en elle et la propriété voisine et a causé des lignes de construction et les hauteurs autorisées, la densité et l'intensité du développement et d'autres exigences, le cas échéant, et des tolérances prévues par la législation civile. Lorsque le plan cadastral est en vigueur après l'entrée en vigueur du plan détaillé, le visa est délivré sur le croquis combiné du plan cadastral et le plan.

Dans les agglomérations et les parties d'un plan de la réglementation existante désigné pour faible hauteur développement résidentiel, la planification des investissements peut commencer, sur la base du visa, qui stipule les exigences pour le développement, conformément à la réglementation en vigueur, si vous ne modifiez pas le caractère du bâtiment et seulement libre et la construction entre les deux propriétés liées. Pour résoudre la construction ne nécessite pas l'approbation du plan de construction. Dans le cas où, dans une année d'approbation du promoteur du projet d'investissement ne parvient pas à faire une demande pour obtenir un permis de construction, le projet perd son action en justice.

Ne nécessite pas l'approbation des projets d'investissement pour la délivrance d'un permis de construction pour: dépendances à usage agricole et de la construction de bâtiments annexes, à moins d'une décision du conseil municipal n'en dispose autrement, l'installation des équipements, installations et équipements, à l'exclusion des installations de à haut risque soumis à un contrôle technique de la « inspection de supervision technique de l'État » Direction générale des serres d'une superficie de 200 m² piscine avec un

maximum de 100 mètres cubes de terre, clôturé de murs de soutènement d'une hauteur de 2 m au-dessus niveau du terrain adjacent à leur base quand ils ne font pas partie des projets de transport, la réparation des composants de l'infrastructure technique, clôtures, jardins et éléments de parc avec une hauteur de 2,20 m au-dessus du sol adjacent, couper et remplir profondeur ou la hauteur à 1 m et une superficie de 30 m² pneumatique (gonflable) ou les entrepôts d'une superficie de 100 m² vitrage des balcons et des loggias, sauf pour le réseau routier de première classe, l'installation de plantes pour la production d'électricité, de la chaleur et / ou de refroidissement à partir de sources renouvelables d'une puissance installée totale de 30 kW sur des bâtiments existants dans les zones urbaines, y compris sur le toit et les façades et les structures dans leur propre pays.

Pour les objets de l'infrastructure technique ne peut être délivré un visa pour la conception.

2. Approbation du projet d'investissement préliminaire

Quiconque est prêt projet d'investissement préliminaire est soumise à l'accord par l'architecte en chef de la municipalité.

Refus de coordonner le projet d'investissement préliminaire ne peut se faire par la loi.

D'autres entités peuvent approuver les projets d'investissement en Bulgarie sont: gouverneur — pour les sites de l'infrastructure technique pour couvrir plus d'une municipalité ou pour des projets d'importance régionale, le ministre du Développement régional — pour les sites avec: a) couvrir plus d'un région, b) d'importance nationale et / ou des sites nationaux désignés par la loi, le ministre de la conception d'investissement — pour les sites vont jusqu'à une zone qui est: a) fixé par le Conseil des ministres pour des projets d'envergure et / ou national nationale objets b) construction de la première et deuxième catégorie de valeur indicative plus de 10 millions lev financé par des fonds publics.

Coordination de conception est la base pour la poursuite de la conception dans les phases ultérieures en vertu de la Loi sur l'aménagement du territoire.

Les projets d'investissement sont une phase importante de l'ensemble du cycle technologique des travaux de construction proprement dits, parce que sans projet d'investissement ne peut être délivré un permis de construire. C'est pourquoi les projets d'investissement soumis à l'accord et l'approbation et des motifs pour la délivrance d'un permis de construire.

Selon certains textes de la loi sur l'aménagement du territoire, projet de développement conceptuel peut être un motif pour la délivrance d'un permis de construire, s'il est procédé à une évaluation préliminaire de la conformité avec les dispositions du plan de développement détaillé avec les règles et règlements d'aménagement du territoire avec les exigences en matière de construction en vertu des règlements de la fonctionnalité, l'accessibilité, la protection de l'environnement et de la santé, etc Dans ces cas, comme décrit dans

la Loi sur l'aménagement du territoire, projet approuvé sert d'attribuer la construction de la loi sur les marchés publics. Les phases suivantes de conception approuvées dans le cadre de la construction avant que les travaux de construction et sont soumis à l'évaluation obligatoire pertinent.

Cette évaluation porte sur la vérification de conformité à: projections du plan détaillé, règles et règlements pour l'aménagement du territoire, de la cohérence mutuelle entre les parties du projet, l'exhaustivité et la conformité des calculs d'ingénierie structurelle, les exigences pour la construction, l'exploitation sûre et la supervision technique des installations avec augmenté danger, si un objet, etc

Les éléments de transport de l'infrastructure technique est autorisé ou travaillant projet d'investissement doit être examiné par le Conseil consultatif et l'adoption du plan de colis comme un permis de construire est délivré après l'entrée en vigueur du plan.

Toutes les parties des projets d'investissement qui sont des motifs de délivrance d'un permis de construire doivent être évalués en conformité avec les exigences essentielles applicables aux ouvrages de construction.

Quelles sont les autorités procéder à l'évaluation?

L'évaluation de conformité est effectuée: l'acceptation par un conseil d'experts de l'autorité de tutelle, un rapport détaillé d'une société enregistrée — consultant indépendant pour le concepteur — pour les sites de première et de deuxième catégorie de règles obligatoires et des objets d'une catégorie inférieure — en option le développeur.

Le projet d'investissement approuvé, à l'exception de la délivrance d'un permis de construire peut servir pour l'attribution de la construction en vertu de la loi sur les marchés publics.

Les projets d'investissement sont convenus et approuvés sur la base de preuves présentées: l'évaluation de la conformité de la conception avec les exigences essentielles pour la construction, l'opinion positive du feu Autorité et de sauvetage pour la construction de la première et deuxième catégorie, les accords préliminaires avec les entreprises de services publics pour le raccordement de infrastructure technique; actes administratifs adoptés en fonction du type et de la taille du bâtiment est une condition préalable pour la construction d'une autorisation en vertu de la protection de l'environnement, Loi sur la biodiversité ou toute autre loi spéciale, et la conformité du projet d'investissement avec conditions ces actes, etc

Coordination et l'approbation des frais de projets d'investissement sont payables à la Loi sur les droits de timbre et les taxes et impôts locaux.

Les projets d'investissement, qui a délivré un permis de construire doit être coordonné et approuvé après une demande écrite à l'autorité contractante et sur présentation de: titres de propriété et de bâtiments de copropriétés — et une prise de décision efficace de l'Assemblée générale d'adopter un projet; visa conception, etc

Conditions de l'eau potable, industrielle et de rejets d'eaux usées à utiliser l'électricité pour la communication

d'extinction d'incendie, de l'énergie thermique et l'approvisionnement en gaz est fourni par les organisations fournissant des services publics, les termes et conditions de la spéciale lois.

3. Approbation des projets d'investissement ou techniques de travail

Projets d'investissement ou techniques de travail sont coordonnés et approuvés par l'architecte en chef de la municipalité (région). Coordination des projets d'investissement est de vérifier la conformité avec les dispositions du plan de développement détaillé et les règles et règlements de construction.

Projets techniques et opérationnelles investissement approuvés par: le gouverneur — pour les sites de l'infrastructure technique couvre plus d'une municipalité ou pour des projets d'importance régionale, le ministre du Développement régional — pour les sites: couvre plus d'une région d'importance nationale et / ou sites nationaux désignés par la loi, le ministre de la conception d'investissement — pour les sites vont jusqu'à une zone qui est: fixé par le Conseil des ministres pour des projets d'importance nationale et / ou des sites nationaux, la construction de la première et deuxième catégorie de l'indicatif plus de 10 millions lev, financé par l'État, le ministre de la Défense, le ministre de l'Intérieur ou le président de l'Agence nationale «Sécurité nationale» — pour des projets spéciaux liés à la défense et à la sécurité.

Toutes les parties de projets d'investissement approuvés sont estampillés du sceau de l'administration municipale, district, le ministère du Développement régional et le ministère de la planification des investissements et des projets spéciaux liés à la défense et à la sécurité — avec le

sceau du ministère de la Défense, Ministère de l'intérieur ou de l'Agence nationale «Sécurité nationale».

4. Mesures nécessaires pour améliorer l'efficacité de la conception de l'investissement

Le rôle important de la planification et de la pratique des entreprises bulgares investissements donner raison à tirer des conclusions sur la nécessité d'améliorer les mécanismes législatifs et pratiques de la conception de l'investissement. Efficacité de la planification des investissements est associé au résultat attendu de la mise en œuvre ultérieure du projet et de la nécessité pour le processus de planification des investissements appropriés avant la recherche en marketing. La législation bulgare, les investissements marketing est intégré seulement dans l'art. 11b de la loi sur la promotion des investissements, mais dans ce cas elle est associée principalement à l'étude de la performance future de ses investissements dans un domaine particulier. Nous croyons que l'investissement de marketing doit être plus complet, plus différenciée et de l'expertise. En ce sens, la recherche de marché préliminaire que la technologie, l'organisation et l'institutionnalisation peut être soumis à une réglementation spécifique, qui sera élaboré par le ministère du projet d'investissement. C'est dans ce contexte d'affiner l'orientation des entreprises bulgares à des projets répondant aux besoins pressants de l'Etat, les municipalités et le public à l'utilisation active des fonds structurels de l'UE.

Conclusion

La législation bulgare et la pratique ont besoin de mécanismes d'intervention graves d'un investissement marketing pour aider seront recherchés — besoins effectivement justifiées de la planification des investissements dans les industries, les secteurs, les activités et les régions de la Bulgarie.

Références:

1. Loi sur la promotion de l'investissement
2. Loi sur l'aménagement du territoire
3. Ordonnance № 4 / 21.05.2001 sur la portée et le contenu de la conception de l'investissement
4. <http://www.lex.bg>
5. <http://www.mip.government.bg>
6. <http://www.vesti.bg/novini/mip-odobri-investicionni-proekti-za-nad-1343-mln.-lv-6001012>

Научное издание

ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ, ФИНАНСЫ

III Международная научная конференция

Пермь, февраль 2014 г.

Материалы печатаются в авторской редакции

Дизайн обложки: *Е.А. Шишков*

Верстка: *П.Я. Бурьянов*

Подписано в печать 24.02.2014. Формат 60x90¹/₈.
Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.
Усл. печ. л. 27,34. Уч.-изд. л. 18,38. Тираж 300 экз.

Отпечатано в типографии издательско-полиграфической фирмы «Меркурий»
614010, г. Пермь, Комсомольский пр., 80