



ISSN 2072-0297

# Молодой учёный

Ежемесячный научный журнал

№ 21 (80) / 2014

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:** Ахметова Галия Дуфаровна, *доктор филологических наук*

**Члены редакционной коллегии:**

Ахметова Мария Николаевна, *доктор педагогических наук*

Иванова Юлия Валентиновна, *доктор философских наук*

Лактионов Константин Станиславович, *доктор биологических наук*

Сараева Надежда Михайловна, *доктор психологических наук*

Авдеюк Оксана Алексеевна, *кандидат технических наук*

Алиева Тарана Ибрагим кызы, *кандидат химических наук*

Ахметова Валерия Валерьевна, *кандидат медицинских наук*

Брезгин Вячеслав Сергеевич, *кандидат экономических наук*

Данилов Олег Евгеньевич, *кандидат педагогических наук*

Дёмин Александр Викторович, *кандидат биологических наук*

Дядюн Кристина Владимировна, *кандидат юридических наук*

Желнова Кристина Владимировна, *кандидат экономических наук*

Жуйкова Тамара Павловна, *кандидат педагогических наук*

Игнатова Мария Александровна, *кандидат искусствоведения*

Каленский Александр Васильевич, *доктор физико-математических наук*

Коварда Владимир Васильевич, *кандидат физико-математических наук*

Комогорцев Максим Геннадьевич, *кандидат технических наук*

Котляров Алексей Васильевич, *кандидат геолого-минералогических наук*

Кузьмина Виолетта Михайловна, *кандидат исторических наук, кандидат психологических наук*

Кучерявенко Светлана Алексеевна, *кандидат экономических наук*

Лескова Екатерина Викторовна, *кандидат физико-математических наук*

Макеева Ирина Александровна, *кандидат педагогических наук*

Мусаева Ума Алиевна, *кандидат технических наук*

Насимов Мурат Орленбаевич, *кандидат политических наук*

Прончев Геннадий Борисович, *кандидат физико-математических наук*

Семахин Андрей Михайлович, *кандидат технических наук*

Сенюшкин Николай Сергеевич, *кандидат технических наук*

Ткаченко Ирина Георгиевна, *кандидат филологических наук*

Яхина Асия Сергеевна, *кандидат технических наук*

*На обложке изображен Николай Иванович Лобачевский (1792–1856) — русский математик, создатель неевклидовой геометрии, деятель университетского образования и народного просвещения.*

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна. Материалы публикуются в авторской редакции.

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:**

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231. E-mail: [info@moluch.ru](mailto:info@moluch.ru); <http://www.moluch.ru/>.

**Учредитель и издатель:** ООО «Издательство Молодой ученый»

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Арбузова, д. 4

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

**Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.**

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.

Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

**Ответственные редакторы:**

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

**Международный редакционный совет:**

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)

Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)

Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)

Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)

Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)

Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)

Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмуратович, кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)

Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)

Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)

Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)

Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)

Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)

Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)

Узаков Гулом Норбоевич, кандидат технических наук, доцент (Узбекистан)

Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)

**Художник:** Евгений Шишков

**Верстка:** Павел Бурьянов



## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

#### **Мирошина К. А.**

Регулирование финансовых рынков и банковской деятельности в России на базе создания мегарегулятора ..... 377

#### **Нардин Д. С., Нардина С. А., Иванов С. С.**

Анализ экономической деятельности управлений по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды ..... 381

#### **Немчинов О. А.**

Отечественный опыт применения технологий предвидения будущего ..... 385

#### **Нигъмезьянова Э. А.**

Развитие нефтегазовой промышленности в странах Южной Америки ..... 388

#### **Однокоз В. Г.**

Создание системы бюро кредитных историй .. 392

#### **Пешкова Т. В.**

Система контроля качества аудита в России... 394

#### **Пешкова Т. В.**

Особенности налогового учета охранного предприятия ..... 396

#### **Писецкая О. С., Дубровская Ю. Б.**

Программа повышения эффективности управления общественными финансами Российской Федерации: шаги на пути реализации ..... 398

#### **Поздеев А. А.**

Стратегия развития региональной компании сотовой связи «МОТИВ» в условиях современного рынка ..... 401

#### **Полтева Т. В., Шайдуллова А. И.**

Сбережения и инвестиции ..... 403

#### **Постнова А. В.**

Перспективы применения интегрированной отчетности ..... 405

#### **Прохорова И. А.**

Коррупция и теневая экономика в деятельности ФНС. Послание Президента ..... 409

#### **Разувакина В. Н.**

Методы стимулирования продаж в сфере B2C в современных условиях российского малого бизнеса ..... 412

#### **Рацлаф А. А., Ершова В. Ю., Кузнецова М. Н.**

Образовательная услуга как общественное благо ..... 415

#### **Рыбак В. С.**

Обеспечение собственной финансовой безопасности коммерческим банком ..... 417

#### **Скоморохова И. О., Цуркан А.**

Ситуация неопределённости в России ..... 419

#### **Скоморохова И. О., Цуркан А.**

Совершенствование корпоративной культуры ..... 421

#### **Спиридониди Е. К.**

Особенности обращения биткойна как платежного средства ..... 422

#### **Степашова А. Ю., Исакова Т. Е., Калущкая Н. А.**

Влияние санкций на малый бизнес ..... 425

#### **Сыркина К. А.**

Учет денежных средств, денежных документов и финансовых вложений ..... 428

#### **Тай Бин**

Экономические и социально-психологические факторы в управлении стимулированием персонала ..... 430

#### **Тарханова Е. А., Пастухова А. В.**

Страхование банковских рисков в России: тенденции и перспективы ..... 433

<b>Тесля Ю. Н., Данченко Е. Б., Кубявка Л. Б.</b> Болезни проектов и программ: причины и лечение.....	436	<b>Чжан Вэйцю</b> Тенденция в развитии современной системы стратегического управления человеческими ресурсами .....	464
<b>Усанова Ж. У.</b> Влияние внешней трудовой миграции Кыргыстана на социально-экономическое положение Ошской области.....	440	<b>Шараборин Е. В.</b> Влияние банковского сектора на экономическое развитие и эффективную работу субъектов малого и среднего предпринимательства в Тюменской области.....	465
<b>Фатихова Л. Э., Сарварова Р. Р.</b> К вопросу о проблеме миграции молодежи....	445	<b>Шаринова Г. А., Барангов В. А.</b> Влияние экономических санкций на рынок труда Российской Федерации .....	467
<b>Фатихова Л. Э., Сулиманова А. Р., Чибугаева С. Г.</b> Региональные особенности занятости и безработицы молодежи в Республике Татарстан.....	448	<b>Шитяков Р. А.</b> Особенности сельского рынка труда муниципальных образований (на материалах Вологодской области).....	469
<b>Фролова Л. Н., Панченко А. Е.</b> Конкурентоспособность налоговой системы государства в условиях глобализации.....	450	<b>Шмагин А. Е.</b> Влияние особенностей инновационной экономики на процессы формирования газосланцевой индустрии.....	474
<b>Храмов А. В., Миннуллин А. А., Нуруллин Н. Н.</b> Эконометрический анализ валового внутреннего продукта России .....	452	<b>Щекотихина Е. А.</b> Структурно-логическая схема проведения стратегического анализа на предприятии .....	478
<b>Ху Яньнань, Тао Юншо</b> Управление корпоративным университетом как стратегия повышения конкурентоспособности компании .....	455	<b>Щербаков М. А.</b> Интеграция в валютный союз на примере ЕврАзЭС .....	481
<b>Цю Шувань</b> Разработка системы управления конкурентной стратегией .....	456	<b>Энс Л. Н.</b> Состояние инвестиционной привлекательности Российской Федерации в условиях санкций...	483
<b>Чернова А. С.</b> Стратегическое управление инновационным развитием предприятий .....	458	<b>Якубова Т. Н., Крюкова А. П.</b> Территориальный брендинг как инструмент развития региона.....	484
<b>Чернова В. Ю.</b> Формирование брендов транснациональных компаний на рынке России. Методы коммуникаций в торговле. Повышение лояльности и увеличение продаж.....	460	<b>Яременко Л. М.</b> Методика составления отчета о движении денежных средств в Украине .....	488



## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

### Регулирование финансовых рынков и банковской деятельности в России на базе создания мегарегулятора

Мирошина Кристина Алексеевна, магистрант  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

*В данной статье исследованы подходы, связанные реформированием институтов финансового регулирования и созданием в России мегарегулятора. Проанализирована зарубежная практика создания мегарегулятора. Предложены пути совершенствования деятельности Банка России в условиях присоединения к нему Федеральной службы по финансовым рынкам и создания мегарегулятора.*

**Ключевые слова:** *центральный банк, мегарегулятор, финансовый рынок, надзор.*

В настоящее время во многих странах мира идет реформа институтов финансового регулирования — реорганизация прошла в последние годы в США, Франции, Швеции, Германии, Бельгии, Великобритании, Ирландии и ряде других стран. В настоящее время реформирование системы финансового регулирования идет и в России. Несмотря на то, что пока последствия реформы представляются далеко не очевидными, нельзя отрицать, что происходит смена институциональной парадигмы финансового регулирования, что коснется в полной мере деятельности Центрального банка Российской Федерации (далее — Банка России) и всей отечественной банковской системы.

Вопрос о необходимости формирования финансового мегарегулятора является предметом обсуждения в научной сообществе и среде специалистов. Среди причин, привлекающих внимание исследователей к деятельности центрального банка (далее — ЦБ) в отношении финансовых институтов, С. Р. Моисеев, директор Центра экономических исследований Московской финансово-промышленной академии, выделяет следующие:

— ЦБ несет ответственность за макроэкономическую стабильность (устойчивый сбалансированный экономический рост экономики и стабильность цен внутри страны), что делает его главным претендентом на интегрированный надзор и макропруденциальное регулирование;

— централизация ответственности в пределах ЦБ позволяет избежать проблем межведомственной координации, потери времени и размывания полномочий между органом надзора и кредитором последней инстанции, что критично в периоды финансовых потрясений;

— денежно-кредитная политика обладает потенциальным эффектом финансового регулирования на макро-

экономическом уровне, что также делает ЦБ наиболее подходящим кандидатом на роль мегарегулятора;

— надзор за финансовыми институтами наиболее эффективно будет осуществлять тот, кто обеспечивает их финансовую поддержку в экстремальных условиях, т. е. кредитор последней инстанции [5].

В настоящее время наблюдается устойчивая тенденция формирования в различных странах финансовых мегарегуляторов, теперь нашедшая отражение и в России. Вследствие этого представляется необходимым рассмотреть опыт и иных стран в определении правового положения финансовых мегарегуляторов и сопоставить его с соответствующей концепцией отечественного законодателя.

В национальных законодательствах зарубежных стран закреплены различные подходы к определению правового положения финансовых мегарегуляторов вследствие влияния различных обстоятельств. Учитывая такие общеизвестные факты, как принадлежность российского и немецкого права к единой континентальной правовой семье, реализацию в обеих системах права концепции, так называемых, «универсальных банков», высокую степень независимости Немецкого федерального банка (нем., Deutsche Bundesbank) и Банка России, а также вхождение ФРГ в число стран — экономических лидеров, следует признать целесообразным рассмотрение немецкого опыта формирования финансового мегарегулятора.

До 2002 г. регулирование и надзор на рынке финансовых услуг Германии осуществляли Немецкий федеральный банк, Министерство финансов (ВМФ), Федеральное ведомство по надзору в сфере кредитования (ВАКred), Федеральное ведомство страхового надзора

(BAV) и Федеральное ведомство надзора за рынком ценных бумаг (BAWe). Указанные органы обладали одинаковым юридическим статусом, осуществляли лицензирование и надзорные функции в соответствующих секторах рынка финансовых услуг, а в отдельных случаях осуществляли и нормотворчество.

1 мая 2002 г. на основании вступления в силу Закона «Об интегрированном надзоре на рынке финансовых услуг» было сформировано Федеральное ведомство финансового надзора (нем., Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht, BAFin), которому были переданы полномочия трех вышеуказанных федеральных ведомств. BAFin, осуществляя единый надзор на рынке финансовых услуг Германии, стал финансовым мегарегулятором. Однако над данным органом, в свою очередь, осуществляет государственный надзор ВМФ и вследствие этого несет политическую ответственность за деятельность BAFin. Данный надзор ВМФ осуществляет в целях обеспечения правомерности и целесообразности административных действий BAFin. В рамках надзора ВМФ вправе принимать нормативные правовые акты и предписания, обязательные для исполнения BAFin, применять в отношении сотрудников последнего меры дисциплинарной ответственности, требовать от этого органа предоставления документов, информации и разъяснений. При этом BAFin финансируется не за счет бюджета, а посредством получения взносов и платежей от поднадзорных финансовых организаций.

Основной задачей деятельности BAFin является противодействие искажениям финансовой отчетности и нарушениям в сфере оказания финансовых услуг для защиты интересов клиентов финансовых организаций и обеспечения стабильности системы финансовых организаций [6].

Примечательно, что именно BAFin лицензирует деятельность на рынке финансовых услуг Германии. Данный орган наделен правом осуществлять текущий надзор за деятельностью финансовых организаций, ограничить действие соответствующих лицензий, в зависимости от соблюдения предъявляемых требований или иных указаний, приостанавливать осуществление операций финансовой организации и применять иные санкции, вплоть до отзыва лицензии.

В число основных направлений деятельности BAFin также входит проверка платежеспособности финансовых организаций и соблюдение ими обязанностей перед инвесторами, анализ финансового положения организаций для ограничения рисков на рынке финансовых услуг, оценка профессионализма корпоративного управления в финансовых организациях, недопущение инсайдерских сделок и манипуляций на рынке финансовых услуг, а также взаимодействие с правоохранительными органами на предмет пресечения так называемых финансовых махинаций. Кроме того, BAFin выполняют и специальные задачи, связанные с обеспечением защиты прав вкладчиков, инвесторов и потребителей на рынке финансовых

услуг. Для этого им рассматриваются вопросы совершенствования законодательства о финансовых услугах и создано подразделение по работе с обращениями потребителей финансовых услуг. Кроме того, данный орган задействован в противодействии легализации преступных доходов, в пресечении финансовых правонарушений, в том числе преступлений на рынке финансовых услуг.

В частности, в рамках банковского надзора BAFin осуществляет надзор за платежеспособностью банков. В этих целях используются обязательные информационные сообщения банков, аудиторские заключения по годовым финансовым отчетам банков, ежемесячные отчеты банков об основных экономических параметрах. При этом годовые финансовые отчеты банков и их ежемесячные отчеты об основных экономических параметрах проверяются Немецким федеральным банком. В отдельных случаях BAFin проводит проверки финансового положения банка либо поручает это аудиторским компаниям.

Учреждение данного мегарегулятора сопряжено с приведением законодательства ФРГ в соответствие с целью общеевропейского законодательства — создание в ЕС единого рынка финансовых услуг с комплексным осуществлением надзорных функций на всех трех главных секторах финансового рынка (рынка банковских услуг, рынка страховых услуг и рынка ценных бумаг). Это обусловлено тенденцией предоставления «комплексных финансовых продуктов» со стороны крупных транснациональных финансовых организаций.

Формирование указанного органа повлекло расширение нормотворческих полномочий Немецкого федерального банка и не лишило последнего полномочий по проведению банковского надзора, в частности полномочий по анализу финансовой отчетности кредитных организаций. Данные органы проводят совместные консультации по вопросам осуществления пруденциального банковского надзора, а также вправе совместно проводить проверки деятельности банков. При этом было официально объявлено, что данные особенности обеспечивают эффективный надзор в банковской сфере Германии.

В этой ситуации в качестве основных задач применения полномочий в области банковского надзора Немецкому федеральному банку рассматриваются обеспечение стабильности цен и организация платежного оборота. Для решения данных задач Немецкий федеральный банк осуществляет на территории Германии денежную политику Европейской системы центральных банков и содействует в реализации экономической политики федерального Правительства ФРГ. В частности, он регулирует денежное обращение, размеры и условия кредитования экономики, установление резервных требований к кредитным организациям, разработку политики своих операций на кредитном и открытом рынках, оказание услуг в качестве финансового агента федерального Правительства и правительств земель ФРГ и т.д. Немаловажным



фактом, характеризующим правовое положение Немецкого федерального банка, является наличие у него высокой степени независимости, в частности, от предписаний исполнительных органов ЕС и национального правительства.

Таким образом, в ФРГ реализована такая модель функционирования финансового мегарегулятора, при которой он не является национальным ЦБ и подотчетен Министерству финансов. В данной модели финансовый мегарегулятор в целях защиты интересов клиентов финансовых организаций и обеспечения стабильности системы финансовых организаций осуществляет единый государственный надзор на основных секторах рынка финансовых услуг, в частности лицензирует и применяет санкции за нарушения на рынке финансовых услуг. При этом данный орган финансируется за счет не бюджета, а денежных отчислений финансовых организаций.

Национальный ЦБ, в свою очередь, в целях обеспечения стабильности цен, организации платежного оборота, осуществления денежной политики, а также содействия национальному правительству в реализации экономической политики оказывает воздействие на рынок финансовых услуг посредством осуществления финансовых операций, нормотворчества, а также проведения совместно с финансовым мегарегулятором проверки деятельности банков и консультаций по вопросам осуществления пруденциального банковского надзора.

Следует отметить, что ЦБ разных стран, так или иначе, зависят от государства. Некоторые ЦБ были сразу образованы в качестве государственных (в Германии и России), другие создавались как акционерные, а затем национализировались (в Великобритании, Франции). Есть центральные банки, 100% капитала которых принадлежит государству, как, например, в Великобритании, Германии, Франции, России, Дании и Нидерландах. Есть акционерные ЦБ — например, в США 100% капитала федеральных резервных банков находится в собственности банков — членов ФРС, в Италии 100% капитала ЦБ принадлежит банкам и страховым компаниям. В то же время в Японии 55% ЦБ находится в собственности государства и 45% — частных лиц, в Швейцарии — 57% — в собственности кантонов и 43% — частных лиц [4].

Однако в подавляющем большинстве стран ЦБ по сути являются государственными, даже в тех случаях, когда формально не принадлежат государству. Речь идет, прежде всего, о Швейцарском национальном банке, Банке Японии и Национальном банке Бельгии. Доля собственности государства в капитале того или иного ЦБ является важным фактором и определяет его место в экономике страны.

Статус Банка России определяется спецификой возложенных на него функций. В рамках существующей в России двухуровневой банковской системы Банк России:

— выполняет роль банка для других кредитных организаций;

— осуществляет функции по реализации денежно-кредитной политики государства;

— совмещает функции регулятора и непосредственного участника банковского рынка, а также функции надзорной инстанции.

Таким образом, Банк России сочетает в себе признаки, как органа государственной власти, которые нужны ему для выполнения функций регулятора рынка и надзорной инстанции, так и функции кредитной (коммерческой) организации, которые нужны ему для осуществления операций на банковском рынке.

Однозначно определить место Банка России в существующей системе органов государственной власти представляется сложной задачей. Это связано с тем, что формально Банк России нельзя целиком отнести ни к одной из ветвей власти (законодательной, исполнительной или судебной). В Конституции РФ [1] определены основные функции Банка России (денежная эмиссия, защита и обеспечение устойчивости рубля), а также порядок назначения и отстранения от должности его руководителя (Государственной думой по представлению Президента РФ). Эти положения Конституции детализированы в Федеральном законе от 10 июля 2002 года №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» [2]. Так, закреплен принцип подотчетности Банка России федеральным представительным органам, а также определен механизм взаимодействия и согласования принимаемых решений между Банком России и Правительством РФ.

В отличие от западных стран, где кризис 2007–2008 гг. привел к усилению роли ЦБ, в России наибольшие полномочия в итоге приобрело Министерство финансов Российской Федерации (далее — Минфин России). Однако впоследствии эффективность разделения полномочий среди регуляторов стала выглядеть не столь очевидной и в итоге с 1 сентября 2013 г. вступил в силу Федеральный закон от 23 июля 2013 года №251-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с передачей Центральному банку Российской Федерации полномочий по регулированию, контролю и надзору в сфере финансовых рынков» [3], который знаменовал собой создание в России единого регулятора на финансовых рынках, наделенного функциями регулирования и надзора (путем присоединения Федеральной службы по финансовым рынкам — далее ФСФР).

Таким образом, та задача, которая ставится сегодня и которую предстоит решать с помощью механизма создания мегарегулятора в рамках системы Банка России, — это задача не только предупреждения кризиса на финансовых рынках, но и быстрого реагирования на кризисные явления независимо от их секторальной принадлежности. Как показывает практика, зачастую даже сама возможность получения ликвидности оказывает благотворное влияние на стабилизацию финансового рынка, поскольку разрушает панические настроения среди инвесторов и кредиторов.

Кроме указанной основной цели (предупреждения кризиса на финансовых рынках), необходимо указать еще на несколько задач, которые можно и нужно решить после присоединения ФСФР к Банку России и создания на базе последнего мегарегулятора.

Во-первых, в России необходимо совершенствовать качество регулирования и надзора на финансовых рынках, что должно предусматривать решение проблем, связанных с наличием регулятивного арбитража и возможным нарастанием рисков в теневой банковской системе; создание эффективной риск-ориентированной системы надзора на финансовом рынке, включая создание эффективного консолидированного надзора за финансово-банковскими группами.

В случае улучшения качества регулирования и надзора будет обеспечена финансовая стабильность на ином качественном уровне как за счет большей оперативности и эффективности государственной антикризисной политики в ситуации, когда кредитор последней инстанции является надзорным органом для субъектов финансовой системы, нуждающихся в помощи, так и в результате дополнительных возможностей по выявлению и анализу системных рисков (наличие информации о финансовых операциях и сопровождающих их рисках всех участников финансового рынка).

Во-вторых, провозглашенная Правительством РФ задача построения международного финансового центра в России и необходимости развития российского финансового рынка требует повышения конкурентоспособности внутреннего финансового рынка, в том числе за счет снижения регулятивных издержек (устранение дублирования и неоднородности лицензионных, надзорных и иных требований), а также улучшения доступа бизнеса и населения к финансовым услугам и финансовым ресурсам. Решению указанных задач должен способствовать создаваемый мегарегулятор.

Присоединение ФСФР к Банку России позволяет решить вопрос недостатка ресурсов ФСФР и будет способствовать оптимизации государственных затрат на регулирование финансового рынка и надзор за ним за счет исключения дублирования ряда административно-хозяйственных и иных обеспечительных функций.

Но обратной стороной создания мегарегулятора на базе ЦБ является опасность монополизма регулирования и, как следствие, снижение качества правового регулирования. Кроме того, в ряде секторов финансового рынка созданы и успешно функционируют саморегулируемые организации. Однако, как представляется, эти вопросы могут быть решены в ходе более тонкой настройки системы. Для этого потребуется достаточно плотный мониторинг как со стороны государственных институтов, так и со стороны институтов гражданского общества.

Уже сегодня очевидно, что для успешного достижения обозначенных выше целей и задач создаваемому на базе Банка России мегарегулятору необходимо будет решить следующие проблемы.

Во-первых, особенность статуса Банка России предопределяет наличие конфликта интересов в самом учреждении, вызванного тем, что Банк России является одновременно, с одной стороны, регулирующим и надзорным органом, осуществляет полномочия акционера отдельных участников рынка, с другой стороны, и, наконец, является участником рынка, с третьей стороны.

Указанный конфликт интересов имел место и до принятия решения о создании мегарегулятора. Для его смягчения Банк России уже вывел представителей надзорного блока из Наблюдательного совета Сбербанка России. В будущем планируется выход Банка России из капитала Сбербанка России. При необходимости возможна замена Банком России других членов Наблюдательного совета на независимых директоров.

В том случае, если в компетенцию представителей Банка России, входящих в Совет директоров ММВБ, будут входить вопросы регулирования и надзора за иными участниками финансового рынка, возможно рассмотреть вопрос о прекращении их полномочий в указанном органе.

Дополнительно переданные Банку России полномочия в результате создания мегарегулятора способны усилить конфликт интересов, что может быть связано с передачей ему дополнительных функций.

Так, если Банку России будут переданы функции по регулированию и надзору не только за банками, но и иными участниками финансового рынка, осуществляющими кредитное посредничество (брокеры, управляющие компании, доверительные управляющие), обострится острая конкуренция между этими двумя группами.

Для решения данного конфликта интересов необходимо, чтобы функции по регулированию и надзору за банками были отделены от функций по регулированию и надзору за иными участниками финансового рынка. Образование в рамках Банка России отдельного блока, реализующего регулирование, надзор, лицензирование и инспектирование небанковских финансовых организаций, позволит обеспечить полноценную работу специалистов и руководителей и не приведет к ухудшению текущего качества регулирования и надзора.

Кроме того, с целью полноценного обеспечения интересов небанковских финансовых организаций представляется целесообразным разделить деятельность двух комитетов — Комитета банковского надзора и Комитета финансового надзора.

Другая проблема вытекает из отчасти противоречащих друг другу функций мегарегулятора: функция по развитию финансового рынка (регулирование инфраструктуры и инструментов) предполагает создание для участников рынка дополнительных возможностей, в то время как функция по регулированию и надзору за участниками рынка предполагает ограничение рисков последних.

Решение данного конфликта интересов может заключаться в выделении функции по развитию финансового рынка в подразделение, не относящееся к надзорному блоку.

Во-вторых, сосредоточение в руках Банка России регулирующих и контрольных функций за всеми участниками финансового рынка ведет к возникновению риска унификации регулирования и надзора за банками и иными профессиональными участниками финансового рынка, следствием чего может явиться чрезмерное регулятивное и надзорное обременение иных участников финансового рынка. Этот риск достаточно велик, поскольку многие участники рынка не готовы к повышенным регулятивным и надзорным требованиям.

Усиление регулятивных и надзорных требований может привести к уходу с финансового рынка многих субъектов. Поэтому не должно быть механической унификации регулирования и надзора над иными участниками финансового рынка с банковским регулированием и надзором. Регуля-

тивная и надзорная нагрузка должна распределяться в зависимости от профиля деятельности и, соответственно, рисков участника финансового рынка.

В-третьих, необходимо отметить существование риска функционирования саморегулируемых организаций (далее — СРО), заключающегося в проведении Банком России политики, направленной на сокращение функций СРО (участие в лицензировании, контроле, разработке стандартов и правил деятельности профучастников).

Представляется целесообразным, чтобы Банк России продолжил политику ФСФР по развитию СРО. Дальнейшее развитие СРО должно строиться на основе нарабатанной российской практики и лучшего мирового опыта применительно к саморегулируемым организациям в соответствующих секторах финансового рынка.

#### Литература:

1. Конституция Российской Федерации (принята народным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 №6-ФКЗ, от 30.12.2008 №7-ФКЗ, от 05.02.2014 №2-ФКЗ, от 21.07.2014 №11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, 2014, №31, ст. 4398.
2. Федеральный закон от 10.07.2002 №86-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» // Собрание законодательства РФ, 2002, №28, ст. 2790.
3. Федеральный закон от 23.07.2013 №251-ФЗ (ред. от 04.10.2014) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с передачей Центральному банку Российской Федерации полномочий по регулированию, контролю и надзору в сфере финансовых рынков» // Собрание законодательства РФ, 2013, №30 (Часть I), ст. 4084.
4. Корзин, А. Центральные банки: такие разные и такие одинаковые // РБК. Экономика [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://top.rbc.ru/economics/15/04/2013/853863.shtml>.
5. Моисеев, С. Кончина мегарегулятора за рубежом и его рождение в России // РБК [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://rbcdaily.ru/finance/opinion/562949980139170>.
6. Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.bafin.de>.

## Анализ экономической деятельности управлений по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды

Нардин Дмитрий Сергеевич, кандидат экономических наук, старший преподаватель;

Нардина Светлана Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Иванов Сергей Сергеевич, аспирант

Омский государственный аграрный университет им. П. А. Столыпина

*В статье рассмотрены вопросы анализа и оценки эффективности экономической деятельности управлений по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды, проведен анализ источников финансирования деятельности учреждений, определены основные направления развития приносящей доход деятельности.*

**Ключевые слова:** гидрометеорология, экономическая деятельность, финансирование, эффективность.

Управления по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды (УГМС) являются некоммерческими организациями, созданными для обеспечения потребности государства, юридических и физических лиц в гидрометеорологической информации и информации о со-

стоянии окружающей среды. Управления создаются в форме федеральных государственных бюджетных учреждений, подведомственных Росгидромету России.

УГМС являются юридическими лицами и имеют обособленное имущество на праве оперативного управ-

ления, могут от своего имени осуществлять и приобретать имущественные и личные неимущественные права, имеют самостоятельные балансы и лицевые счета.

Предметом деятельности управлений является получение, сбор, обработка, хранение, предоставление и распространение информации о состоянии окружающей среды и об уровне ее загрязнения.

Все управления организуют и осуществляют свою деятельность на базе стационарных и подвижных пунктов наблюдений, которые входят в состав государственной наблюдательной сети. Деятельность УГМС подразделяется на основную уставную, которая финансируется за счет субсидий из федерального бюджета, и предпринимательскую деятельность. Отличительной особенностью предпринимательской деятельности управлений является ее осуществление по договорам возмездного оказания услуг, заключенным между управлением с одной стороны и заинтересованными пользователями (юридическими, физическими лицами, органами государственной власти) с другой стороны [1].

Целью данной статьи является анализ экономической деятельности управлений по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды и определение основных факторов, влияющих на ее эффективность.

Для достижения указанной цели в рамках исследования были поставлены и решены следующие задачи:

1) проанализированы виды деятельности УГМС, составляющие основу экономической деятельности управлений;

2) выявлены и проанализированы источники финансирования деятельности УГМС;

3) проведен сравнительный анализ основных показателей экономической деятельности УГМС;

4) определены факторы, оказывающие влияние на эффективность экономической деятельности управлений.

В уставах управлений все виды деятельности УГМС подразделяются на две большие группы (рис. 1)

Источниками финансирования указанных видов деятельности являются субсидии федерального бюджета и доходы от предпринимательской деятельности. Для подробного анализа источников финансирования деятельности УГМС в рамках данного исследования использована информация, размещенная на официальном сайте для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях [2].

Всего в Российской Федерации созданы и функционируют 23 управления по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды. В рамках проведенного исследования осуществлен анализ деятельности 11 управлений.

В таблице 1 представлены данные об уровне финансирования УГМС из федерального бюджета и данные о до-

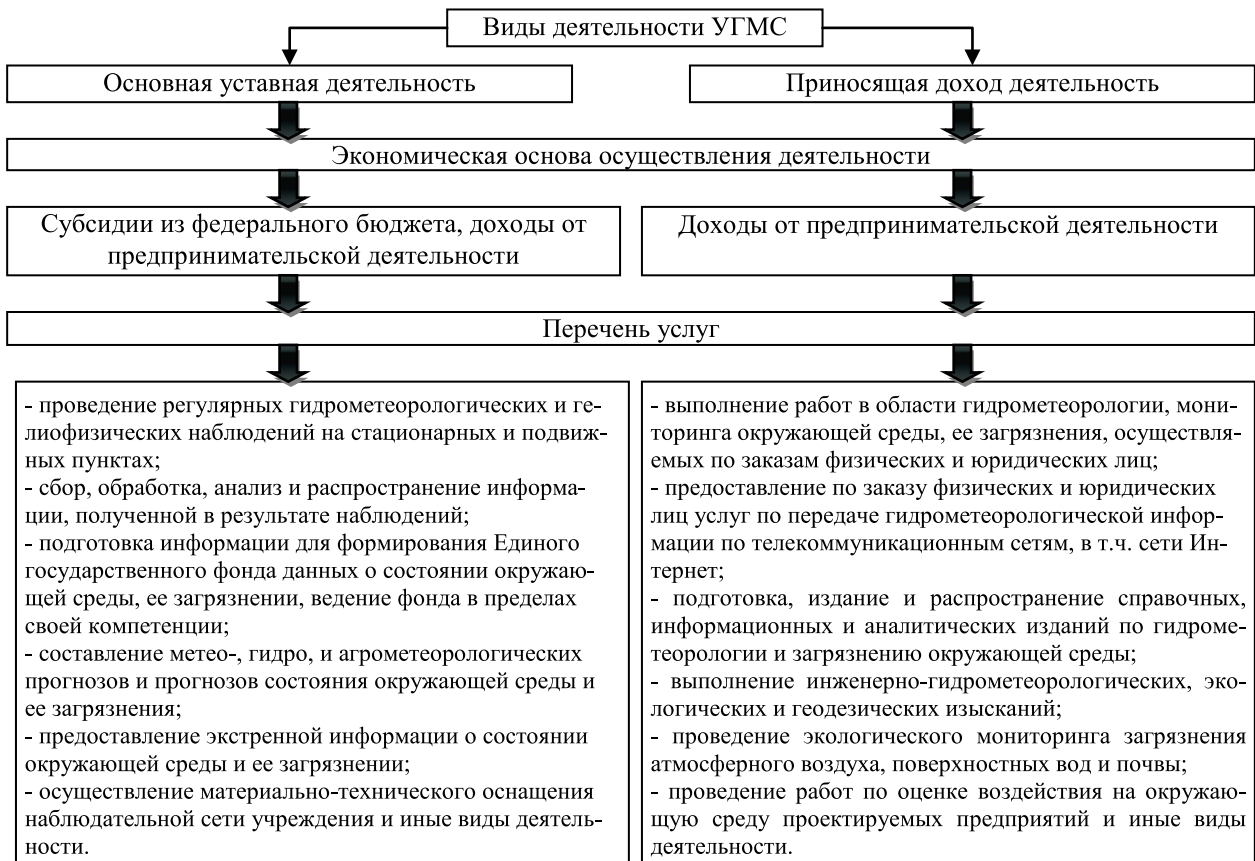


Рис. 1. Перечень видов деятельности УГМС



Таблица 1. Данные об источниках финансирования УГМС в 2012–2013 гг. [2]

Наименование УГМС	Субсидии из федерального бюджета, тыс. руб.		Доходы от оказания платных услуг, тыс. руб.		Прирост субсидий из федерального бюджета, %	Прирост доходов от оказания платных услуг, %
	2012 год	2013 год	2012 год	2013 год		
Приволжское	193361	178670	111280	118423	-7,6	6,4
Северо-Кавказское	326393	322734	127842	126679	-1,1	-0,9
Иркутское	249716	262713	23882	27811	5,2	16,5
Мурманское	238471	208522	43739	123259	-12,6	181,8
Приморское	180336	188213	32708	38221	4,4	16,9
Чукотское	229404	188366	3956	3762	-17,9	-4,9
Колымское	216048	224523	39762	42504	3,9	6,9
Камчатское	309133	285428	21383	22278	-7,7	4,2
Якутское	643258	548065	284321	299418	-14,8	5,3
Обь-Иртышское	261790	234873	292023	298311	-10,3	2,2
Центрально-Черноземное	140868	133958	34623	36662	-4,9	5,9
Итого	2988778	2776065	1015519	1137328	-7,1	12,0

ходах, получаемых от выполнения договоров возмездного оказания услуг.

Данные об источниках финансирования деятельности УГМС, представленные в таблице 1, позволяют сделать следующие выводы. Уровень финансирования деятельности управлений за счет субсидий из федерального бюджета является неоднородным. Наибольший объем субсидий из федерального бюджета в 2012–2013 гг. был выделен Якутскому УГМС (643 млн. в 2012 году и 548 млн. в 2013 году). Наименьший объем бюджетного финансирования в указанный период приходится на Центрально-Черноземное УГМС (140 млн. в 2012 году и 134 млн. в 2013 году). Такая разница объясняется рядом объективных факторов, в том числе размером контролируемой территории и количеством филиалов, а так же количеством стационарных и передвижных пунктов наблюдения.

За исследуемый период объем бюджетного финансирования по анализируемым УГМС в среднем сократился на 7,1%. Наибольшее сокращение коснулось Чукотского УГМС (на 17,9%), бюджетное финансирование Северо-Кавказского УГМС сократилось на 1,1%, что является наименьшим показателем. По трем УГМС (Иркутское, Приморское и Колымское) наблюдается увеличение бюджетного финансирования от 3,9% до 5,2%.

Анализ доходов от оказания платных услуг указывает на крайне неравномерное их распределение по УГМС: 4 млн. руб. в Чукотском УГМС до почти 300 млн. в Якутском и Обь-Иртышском УГМС. Это обусловлено наличием потенциальной клиентской базы, для которой могут быть интересны услуги, оказываемые по договорам с возмещением затрат.

Прирост общей суммы доходов от оказания платных услуг по анализируемым управлениям в 2013 году по сравнению с 2012 годом составил 12%. При этом наибольший прирост наблюдается в Мурманском УГМС (181,8%), а наименьший — в Обь-Иртышском УГМС

(2,2%). По Чукотскому и Северо-Кавказскому УГМС за указанный период произошло сокращение поступления доходов от оказания услуг.

Динамика изменения анализируемых показателей не позволяет сделать вывод об уровне экономической эффективности деятельности управлений по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды. Для ее оценки необходимо использовать относительный показатель, в числителе которого стоит полученный экономический результат, а в знаменателе — затраты, понесенные для получения указанного результата [3].

Так как управления являются федеральными государственными бюджетными учреждениями, одним из основных показателей эффективности их экономической деятельности может выступать показатель количества заработанных средств на рубль бюджетных вложений. Логика применения этого показателя для оценки эффективности следующая: управления осуществляют приносящую доход деятельность в рамках выполнения основной уставной деятельности. При этом используется система стационарных и передвижных пунктов наблюдения, являющихся частью государственной системы наблюдения, а так же гидрометеорологическое оборудование, приобретенное за счет средств федерального бюджета. Поэтому без бюджетного финансирования развивать приносящую доход деятельность управления не могут. Следовательно, в числителе показателя стоит результат в виде доходов от оказания платных услуг, а в знаменателе — размеры бюджетного финансирования (субсидии из федерального бюджета).

Анализ показателей эффективности экономической деятельности рассматриваемых УГМС представлен в таблице 2.

Анализ данных, представленных в таблице 2, позволяет сделать следующие выводы. Наиболее эффективно экономическая деятельность осуществляется в Обь-Ир-



Таблица 2. Анализ показателей эффективности экономической деятельности УГМС в 2012–2013 г. [2]

Наименование УГМС	Объем доходов от оказания платных услуг на 1 рубль бюджетного финансирования, руб.		Прирост показателя, %
	2012 год	2013 год	
Приволжское	0,58	0,66	15,17
Северо-Кавказское	0,39	0,39	0,21
Иркутское	0,10	0,11	10,69
Мурманское	0,18	0,59	222,28
Приморское	0,18	0,20	11,96
Чукотское	0,02	0,02	15,81
Колымское	0,18	0,19	2,86
Камчатское	0,07	0,08	12,84
Якутское	0,44	0,55	23,60
Обь-Иртышское	1,12	1,27	13,86
Центрально-Черноземное	0,25	0,27	11,35
Средний показатель по всем УГМС	0,34	0,41	20,58

тышском УГМС. Это единственное из анализируемых управлений, в котором доходы от оказания платных услуг в расчете на рубль бюджетного финансирования превысили единицу (в 2012 году — 1,12 руб., в 2013 — 1,27 руб.). Наименее эффективной в исследуемый период является деятельность Камчатского УГМС (0,07 руб. в 2012 году и 0,08 руб. в 2013 году).

Средний по всем исследуемым управлениям объем доходов от оказания платных услуг на 1 рубль бюджетного финансирования в 2012 году составил 0,34 руб., а в 2013 году — 0,41 рубль. Прирост показателя составил 20,58%. Следует отметить, что по всем анализируемым управлениям наблюдается положительный прирост данного показателя, что свидетельствует о повышении эффективности экономической деятельности. Наибольший прирост эффективности демонстрирует Мурманское УГМС (более чем в 2,2 раза), наименьший — Северо-Кавказское УГМС — 0,21%.

Проведенный анализ экономической деятельности управлений по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды позволяет сделать следующие выводы:

1) функционирующие в России УГМС являются неоднородными по объемам и видам экономической деятельности;

2) основными источниками финансирования деятельности УГМС в России являются бюджетные средства в виде субсидий из федерального бюджета и средства от приносящей доход деятельности;

3) за анализируемый период наблюдается сокращение объемов финансирования деятельности УГМС из федерального бюджета; учитывая негативные прогнозы по развитию российской экономики на 2015–2016 гг. наиболее вероятно сохранение данной тенденции;

4) в связи с этим в ближайшие годы значительно вырастет роль второго источника финансирования деятельности учреждений — оказание платных услуг по договорам с физическими и юридическим лицами;

5) для компенсации выпадающих расходов все УГМС будут вынуждены развивать свою предпринимательскую деятельность, в связи с чем необходима разработка комплексной программы развития управлений.

Такая программа должна быть у каждого управления. В зависимости от расположения УГМС, количества филиалов, охватываемой территории и наличия потенциальных клиентов, каждая программа должна содержать набор уникальных мероприятий, обеспечивающих наиболее полное использование имеющегося потенциала для развития предпринимательской деятельности [4].

#### Литература:

1. Устав ФГБУ «Обь-Иртышское управление по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды» [Электронный ресурс]. — Омск — [20 — ]. — Режим доступа: <http://bus.gov.ru/public/agency/agency.html?agency=256231&activeTab=2> (дата обращения 14.12.2014 г.).
2. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bus.gov.ru/public/home.html> (дата обращения 14.12.2014 г.).
3. Нардин, Д. С. Особенности оценки экономической эффективности предпринимательской деятельности/Д. С. Нардин // Молодой ученый. — 2009. — № 7. — с. 95–98.
4. Нардин, Д. С. Экспресс-анализ бизнес-процессов в предпринимательских структурах/Д. С. Нардин // Сибирская финансовая школа. — 2013. — № 1. — с. 85–87.

## Отечественный опыт применения технологий предвидения будущего

Немчинов Олег Александрович, ассистент

Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С. П. Королёва (национальный исследовательский университет)

Прогнозирование показателей развития хозяйствующего субъекта представляет собой сложный многоступенчатый процесс, в ходе которого решается множество различных задач. Существуют интуитивные и формализованные методы прогнозирования.

Количественные методы прогнозирования, построенные на линейной экстраполяции данных, использующих математический аппарат и статистику, дают адекватные прогнозы лишь на ограниченном временном интервале, а в современных российских условиях — не сбываются даже краткосрочные прогнозы. С увеличением горизонта прогнозирования дисперсия любой количественной характеристики, аппроксимируемой случайной величины, неизбежно возрастает до неприемлемых значений, которые лишают прогнозные оценки практической ценности.

Специалисты постепенно пришли к выводу, что для процессов, которые невозможно математически описать, целесообразно применять интуитивные методы прогнозирования. Использование данных методов дает возможность получить прогнозную оценку состояния развития объекта в будущем независимо от информационной обеспеченности. В основе качественных методов прогнозирования лежит сочетание многоэтапной процедуры проведения экспертных оценок и анализа суждений привлеченных высококвалифицированных экспертов в тех или иных областях знаний с применением количественных методов оценки и обработки полученных результатов.

Одним из популярных в последнее время инструментов получения качественных оценок является технология форсайта. Однако в контексте российских культурно-исторических традиций существуют сложности с пониманием сущности форсайта. Для многих сложно определить место данной технологии в привычной для нас системе координат. Необходимо отметить, что сегодня появляется все больше работ, в которых уже много сделано для культурологического осмысления форсайта [1]. Но главное все-таки еще предстоит сделать.

Форсайт не прогнозирование, не его форма, разновидность или стадия. Форсайт представляет собой определенную методологию, суть которой состоит не только в прогнозировании будущего, но и в согласованной выработке решений по поводу будущего в выбранной для форсайта сфере. Фактически он решает проблему достижения консенсуса по поводу будущего через согласование интересов различных слоев гражданского общества, порождая тем самым общественную активность [2].

Кроме того, существует и обратный форсайту инструмент — хиндсайт («hindsight»), то есть оценка провалившихся в прошлом проектов, анализ причин их провала — и это тоже дает позитивные результаты: через анализ

причины провала каких-либо программ можно постараться избежать неудач в будущем. Иначе говоря, хиндсайт — это ретроспективный взгляд назад, который, несомненно, является важным элементом в построении инновационной системы в России.

Обзор имеющейся информации о состоянии развития форсайт-исследований в нашей стране позволяет сделать вывод, что попытки внедрения этой технологии предвидения совершаются как на федеральном, так и на региональном уровнях, особенно при разработке программ социально-экономического развития страны.

Россия в плане развития практики форсайт-технологии стоит несколько особняком среди европейских стран. Но следует помнить, что в последнее десятилетие советского периода российской истории в стране существовал опыт осуществления проектов, отдаленно напоминающих форсайт.

Наиболее значительным проектом в области научно-технического прогнозирования в СССР была Комплексная программа научно-технического прогресса (КП НТП).

12 июня 1979 года ЦК КПСС и Советом Министров СССР было принято постановление №695 «Об улучшении планирования и усилении воздействия хозяйственного механизма на повышение эффективности производства и качества работ», которое предусматривало разработку КП НТП, рассчитанной на 20 лет (четыре пятилетки) с продлением и корректировкой каждые пять лет. Были разработаны КП НТП на 1981—2000 гг., 1986—2005 гг. и 1991—2010 гг. [2].

Программа состояла из шести блоков (сводных разделов) (рисунок 1).

В комплексной программе научно-технического прогресса СССР:

- определялись основные пути долгосрочного развития ведущих отраслей и комплексов, эффективность и роль научно-технического прогресса;

- обосновывались первостепенные направления научных исследований с учетом задач социально-экономического развития страны;

- обосновывались предложения по совершенствованию размещения научно-технического потенциала и развития науки в регионах страны;

- обосновывались пути повышения эффективности общественного производства на основе ускорения научно-технического прогресса и совершенствования хозяйственного механизма;

- обосновывались направления и эффективность научно-технического и экономического сотрудничества с социалистическими, а также капиталистическими и развивающимися странами.

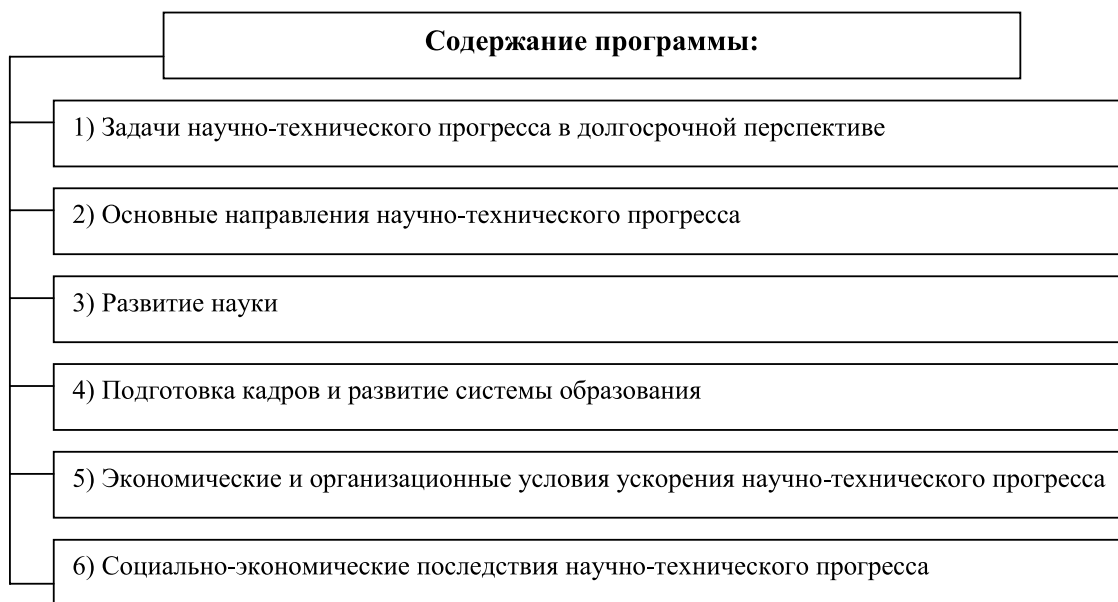


Рис. 1. Содержание КП НТП СССР

Таким образом, КП НТП создавалась для научного обоснования долгосрочной научно-технической и социально-экономической политики государства, для решения экономических и социальных проблем, а также проблем укрепления обороноспособности и позиций страны в мире на основе «всесторонней интенсификации» общественного производства и «рационального использования» природных, материальных и трудовых ресурсов [3].

Кроме того, последняя КП НТП (на 1991–2010 гг.) допускала «различные варианты развития будущего», т. е. фактически оперировала сценарным развитием [2].

Комплексная программа научно-технического прогресса СССР — научная основа формирования долгосрочных и перспективных планов, а также целевых комплексных программ. Задачи КП НТП СССР представлены на рисунке 2.

В 70-е и 80-е годы прошлого века сформировалось понятие «ведомственных барьеров», определяемых интере-

сами и вертикальными связями при установлении плановых заданий и отчетности в соответствии с ведомственной подчиненностью структурных элементов научно-технологического цикла. В связи с чем, для интеграции науки, техники и экономики в рамках воспроизводственного цикла развития было предложено использовать программно-целевые методы решения научно-технических и народнохозяйственных проблем, объединение научных и конструкторских структур с предприятиями-производителями в форме научно-производственных объединений, межотраслевых научно-технических комплексов и технологических центров [4].

Целью разработки комплексной программы НТП и одновременно средством достижения основной цели перехода от экстенсивных к интенсивным методам развития экономики и общества являлось формирование эффективных отношений и связей между структурными элементами полного научно-технологического цикла. Ни один из секторов

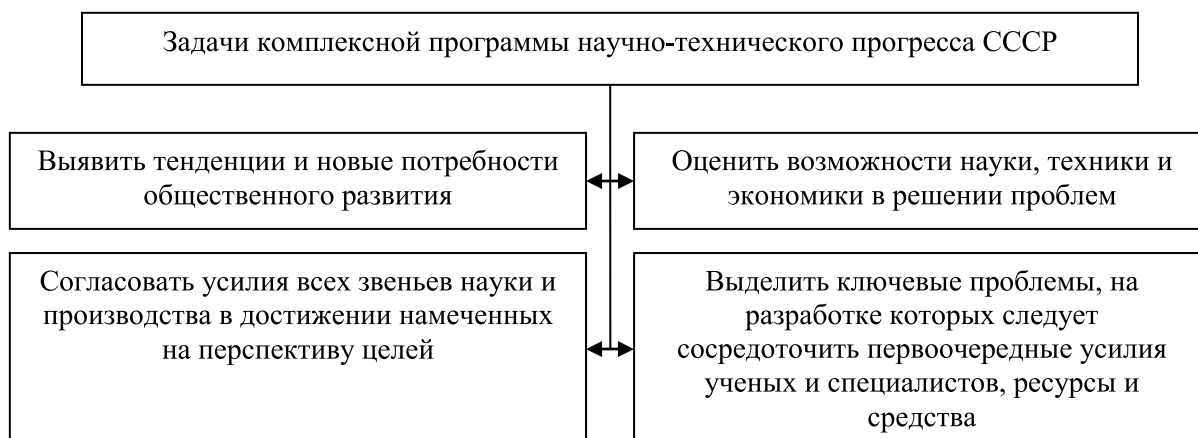


Рис. 2. Задачи КП НТП СССР

науки не был способен выполнить весь цикл исследований и разработок полностью даже в рамках одного научного направления. Структурные элементы научно-технологического цикла (НИИ, КБ, научно-исследовательские центры, заводские лаборатории и опытные производства) выполняли плановые задания, которые им устанавливали соответствующие вышестоящие организации.

Постановление об обязательной разработке КП НТП установило новую схему плановых документов в общей системе государственного управления экономикой и научно-техническим развитием: 20 лет — КП НТП, 10 лет — схемы развития и размещения, 5 лет — пятилетние планы. В дополнение к ним параллельно с середины 1970-х годов стали разрабатываться научно-технические программы, а в 1980-е годы — народнохозяйственные программы и программы внедрения, разрабатываемые и утверждаемые Госпланом СССР [4].

Достоинством комплексной программы НТП является утверждение прогрессивных для того времени идей прогнозирования и создание механизма сбора, систематизации и анализа громоздкого материала, а именно: масштабность охвата различных отраслей и сфер общественной жизни; подробный и достоверный анализ состояния и развития прогнозируемых объектов и отраслей, включая проблемные места и ситуации; обеспечение ориентации научно-технического и производственного потенциала на достижение целей социально-экономического развития в долгосрочной перспективе [5].

К недостаткам программы можно отнести: механистичность (экстраполяция существующих тенденций), несистемность прогноза (несогласованность материалов разных разделов и подразделов — последствия ведомственности); отсутствие механизма включения прогнозов

в систему принятия решений, их безадресность и неясность назначения, отсутствие рекомендаций по их использованию и сбору информации по реализуемости; не было отмечено эффективных способов учета влияния новых технологий и инноваций на экономический рост и развитие общества. Программа была недоступна широкому кругу заинтересованных в ней специалистов.

Комплексная программа научно-технического прогресса СССР принципиально отличается от форсайта многими существенными признаками (таблица 1).

Все это позволяет говорить о том, что в 1980-е годы в СССР был уже некоторый опыт работы, на основе которого можно было бы пытаться переходить к форсайту. Хотя вся идеология и технология работы была еще советской, административной, закрытой, и сходство КП НТП с форсайтом не следует преувеличивать.

Что касается рамок возникновения форсайта в России, то они видятся специалистам по-разному. Имеется, к примеру, мнение о том, что «первым полноценным форсайтом в России была оценка состояния и перспектив развития критических технологий, осуществленная в 1997–1998 годах», в которой применялся Дельфи-опрос. Следующим форсайтом назван в этом ряду «Сценарный прогноз развития науки и технологий до 2010 года» [1]. Конечно, так классифицировать возникновение форсайта в России можно только в том случае, если отождествить форсайт и прогнозирование.

Фактически, собственно форсайтные программы в России появились лишь в последние десять лет. В 2005–2006 гг. была проведена разработка критических технологий с применением методологии форсайта; в октябре 2006 года в рамках ФЦП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-

Таблица 1. Сравнительный анализ КП НТП и форсайта

Характеристики	КП НТП	Форсайт
Различия		
Участники	Государство и наука	Государство, наука, бизнес-сообщества, представители институтов гражданского общества
Степень доступности	Фактически засекречена, результаты изъяты из общества	Открытость процесса; взаимодействие с общественностью, СМИ
Степень влияния на будущее	Прогнозирует и планирует будущее	Исследует и конструирует будущее
Механизм подготовки	Преимущественно административный	Экспертный
Сходство		
Горизонт прогнозирования	20 лет	15–30 лет
Характер прогнозирования	Вариантный	Сценарный
Наличие независимых экспертов	Предполагает элементы экспертной работы	Привлечение большого числа экспертов
Роль науки	Роль науки и технологий значительна; «Фундаментальные исследования — передовой эшелон в системе НТП»	Предполагает учет давления науки и технологии и потребностей общества в критически необходимых технологиях

технологического комплекса России на 2007–2012 годы» предусмотрена разработка Долгосрочного прогноза научно-технологического развития до 2025 года в формате форсайта; в 2007 году Роснаука выдвинула исследовательскую программу форсайта [6, 7].

Форсайт является самой передовой технологией, которая приходит на смену старым, классическим техно-

логиям. В настоящее время она находится в состоянии зарождения, однако ее роль уже сейчас значительна. Применение новейших технологий предвидения будущего в современных российских условиях не просто желательно, оно — необходимо для успешного функционирования страны, регионов, отдельных ключевых предприятий.

#### Литература:

1. Маренков, Н.Л. Система форсайт как комплексный инструмент стратегического управления инновационным развитием экономики России [Текст]: автореферат дис. ... док. экон. наук: 08.00.05: защищена 18.03.2008/Маренков Н.Л. — М., 2008. — 50 с.
2. Семенов, Е.В. Форсайт как явление культуры [Текст]/Е.В. Семенов // Наука. Инновации. Образование. — 2008. — №5. — с. 129–141.
3. Тихонова, С.А. Частно-государственное партнерство в решении кадровых проблем развития инновационной деятельности в регионах [Текст]/С.А. Тихонова // Материалы I Международного форума «От науки к бизнесу. Международный опыт развития инфраструктуры инновационной деятельности» (Санкт-Петербург, 2007). — Тверь: Тверской Инно-Центр, 2008. — с. 253–258.
4. Комков, Н.И. Комплексное прогнозирование научно-технологического развития: опыт и уроки [Текст]/Н.И. Комков // Проблемы прогнозирования. — 2014. — №2. с. 3–17.
5. Ерошкин, С.Ю. Методические вопросы организации прогнозирования перспективных технологий [Текст]/С.Ю. Ерошкин // Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН.
6. Долгосрочный прогноз развития экономики России на 2007–2030 гг. (по вариантам) [Текст]/Под ред. В.В. Ивантера, М.Н. Узякова. — М.: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН, 2007. — 51 с.
7. Дуб, А.В. Инновационные приоритеты в энергетическом машиностроении: опыт отраслевого Форсайта [Текст]/А.В. Дуб, С.А. Шашнов // Форсайт. — 2007. — №3. — с. 4–11.

## Развитие нефтегазовой промышленности в странах Южной Америки

Нигьметзянова Эльмира Айдаровна, магистрант  
Тюменский государственный нефтегазовый университет

*В данной статье дается обзор нефтегазовой отрасли Южной Америки. Приводятся статистические показатели, характеризующие современный уровень данной отрасли в Южной Америке. Делаются выводы о состоянии нефтегазового рынка Латинской Америки.*

**Ключевые слова:** нефтегазовая промышленность, развитие нефтегазовой отрасли, нефтегазовый рынок, нефтегазовые компании.

## The development of oil and gas industry in the South America

*This article describes oil and gas industry in the South America. There is a statistical information that demonstrates modern standard of oil and gas industry in the South America. Author gives conclusion about state of oil and gas market in the Latin America.*

**Keywords:** Oil and gas industry, development of oil and gas industry, oil and gas market, oil and gas companies.

Эпоха экономического развития стран Южной Америки тесно связана с иностранным капиталом, сначала английским, а затем американским. Под влиянием монополий складывалась однобокая, зависящая от внешних рынков экономика. Крупные, принадлежащие ино-

странным компаниям нефтепромыслы и рудники возникли в Венесуэле, Перу, Боливии, Чили.

Развитие нефтегазовой промышленности стран Южной Америки проходило очень неравномерно. В странах Южного конуса, где пик темпов индустриализации при-



шелся на первую четверть двадцатого века, после Второй мировой войны начал углубляться структурный кризис. Аргентина потеряла свое почти вековое лидерство. Инициатива перешла к Бразилии, где индустриализация развернулась в послевоенные годы с большим участием иностранного капитала на новой технологической основе. В конце 90-х годов на Бразилию приходилось 1/5 ВВП региона, в то время как доля Аргентины лишь немного превышала 1/10.

За последние десятилетия в странах Латинской Америки общая мощность нефтеперерабатывающих заводов значительно увеличилась лишь у Бразилии, с 1145 бр. в 1991 г. до 2095 бр. в 2010 г. (см. Приложение 1).

Возможности использовать нефть как инструмент в отношениях с другими странами в регионе постоянно возрастают. За исключением Центральной Америки и Карибского бассейна Латинская Америка является регионом, богатым энергией. Она располагает 10% мировых запасов нефти, по сравнению с 2,5% в Северной Америке (без Мексики), 9,3% в Африке, 8% в странах Восточной Европы, 4% в Азии и 1,6% в Западной Европе. С газом ситуация не иная, так как регион имеет лишь 4% мировых доказанных запасов, однако его доля в потреблении находится ниже этого уровня.

Спрос и предложение нефти и газа в регионе существенно различаются от страны к стране. Хотя Венесуэла обладает наиболее богатыми ресурсами среди стран Латинской Америки, Мексика, Колумбия, Эквадор и Тринидад и Тобаго также являются экспортёрами нефти, в то время как Аргентина, Боливия и Бразилия производят в объемах, достаточных для удовлетворения потребностей своего внутреннего рынка. Перу находится на пути к самообеспеченности. В список чистых импортеров нефти входят Парагвай и Уругвай в Южной Америке, а также все страны Центральной Америки и Карибского бассейна, за исключением Тринидада и Тобаго и Белиза. Куба, Гватемала и Барбадос также добывают нефть, но в количествах, которые не покрывают их внутренние потребности [1].

В последнее время по странам Латинской Америки прокатилась волна национализаций активов иностранных компаний. В экономике наблюдается нарастающее вмешательство государства, в том числе в энергетической сфере. Несомненно, что регион вступает в период борьбы за укрепление национального суверенитета над природными ресурсами, и это может стать серьезным фактором международной жизни.

Национализация в апреле 2012 г. крупнейшей в Аргентине нефтегазовой компании YPF путем экспроприации большей части акций испанской энергетической корпорации «Repsol» привлекла широкое международное внимание.

Во-первых, речь идет о самом масштабном в мировой истории переходе иностранной собственности (добывающих и производственных предприятий, транспортных и сбытовых сетей) под суверенитет государства.

Во-вторых, экспроприацию активов испанской компании нельзя рассматривать как изолированный и локальный эпизод. Эта акция органично укладывается в русло современной макроэкономической стратегии ряда государств Латинской Америки, одной из реперных точек которой является укрепление позиций государственных структур в хозяйственной жизни.

В-третьих, в связи с открытием в латиноамериканском регионе значительных (в том числе «неконвенционных») месторождений нефти и газа вокруг них разворачивается большая экономическая и политическая игра. В ней уже участвуют крупные энергетические корпорации мирового уровня, но могут подключиться и новые международные игроки. Некоторые дополнительные возможности работы на латиноамериканских рынках появились у российских компаний [2].

К началу 2010-х годов в аргентинской энергетике сложилось тревожное положение, связанное с непрекращающимся падением добычи нефти и газа. Это вынуждало страну увеличивать закупки углеводородных энергоносителей за рубежом, что отрицательно сказывалось на состоянии внешнеторгового баланса и дополнительным бременем ложилось на государственный бюджет. Критическими стали 2010 и 2011 г., когда для покрытия дефицита энергобаланса Аргентина была вынуждена резко увеличить импорт энергоресурсов, а их экспорт сократился (см. табл. 1).

Что касается рынка нефтесервисных услуг, то в этом секторе экономики наблюдаются следующие показатели.

На рис. 1 изображено распределение выручки нефтесервисных компаний по географическим регионам [3]. Выбранная географическая структура определена тем, что крупнейшие нефтесервисные компании при объявлении результатов своих продаж пользуются именно этим географическо-региональным распределением. На Северную Америку приходится чуть менее половины мирового рынка нефтесервисных услуг, с количеством про-

Таблица 1. Аргентина: экспорт и импорт энергоресурсов в 2010–2011 гг., млн долл.

Внешняя торговля	2010	2011	Рост, %
Общий объем экспорта	68134	84269	24
Экспорт энергоресурсов	6515	6466	-1
Общий объем импорта	56502	73922	31
Импорт энергоресурсов	4474	9397	110

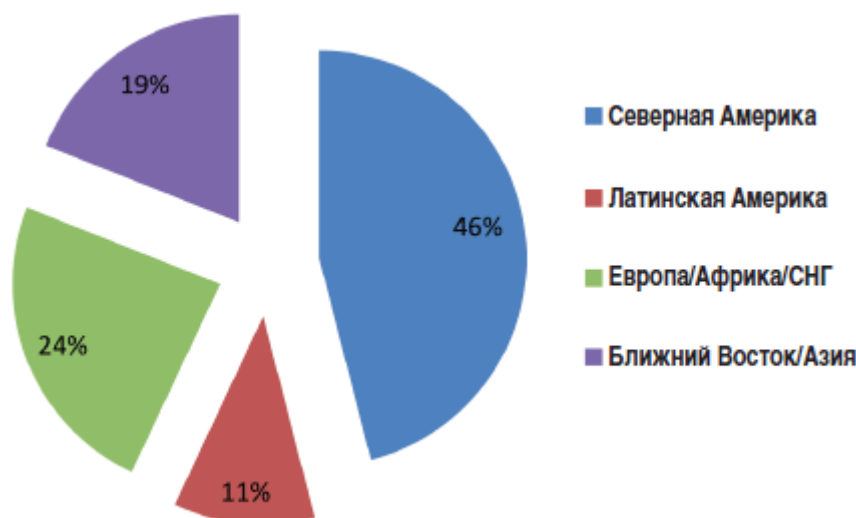


Рис. 1. Географическое распределение выручки нефтесервисных компаний (2010 г.)

Источник: Richard Spears. Oilfield Market Report 1999–2012. Spears and Associates, Inc. p. 4–5

буренных скважин более 100 тыс. ежегодно. Как видно, на Латинскую Америку приходится всего 11% рынка, несмотря на агрессивную политику развития нефтегазовой отрасли в Бразилии (преимущественно — оффшорные проекты). Около четверти мирового рынка приходится на Европу, Африку и СНГ. На Азию и Ближний Восток приходится 19% рынка.

Планы нефтегазовых компаний по расширению парка буровых установок оказывают двойное воздействие на увеличение показателей рынка нефтесервисных услуг: с одной стороны, они приводят к увеличению спроса на нефтесервисные услуги; с другой — увеличивают спрос на нефтегазовое оборудование, входящее в состав буровых установок. Таким образом, тенденция роста количества установок окажет непосредственное воздействие на рост рынка нефтесервисных услуг.

Заметим, что более высокие темпы роста инвестиций нефтегазовых компаний по сравнению, например, с увеличением темпов роста буровых установок связаны с усложнением технологии бурения и добычи (труднодоступность месторождения, использование более технологичных методов бурения и интенсификации добычи, переход на более дорогое оффшорное бурение и т.д.), что приводит к увеличению стоимости нефтесервисных услуг и необходимого нефтегазового оборудования.

Согласно отчету по бурению и добыче, подготовленному компанией Spears and Associates, Inc. в июне 2010 г., спрос на нефть в мире увеличился на 2,8% в 2010 г., а также планируется его дальнейшее увеличение на 2% в 2011 г. (основными локомотивами данного роста являются Китай, Бразилия и страны Ближнего Востока) [4]. Этот рост гарантирует стабильное развитие нефтегазовой отрасли в целом и отрасли нефтесервисных услуг в частности.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Южноамериканский регион, несмотря на наличие нефтегазовых ресурсов, на мировые показатели сектора, пока занимает скромное место по сравнению с Европой, Азией и США. Данные мирового топливно-энергетического сектора показывают что, страны Южной Америки в мировой нефтегазовой промышленности, пока находятся на начальном этапе развития; однако, тенденции развития мировой нефтегазовой отрасли на сегодняшний день проявляют растущую и влиятельную роль нефтегазового сектора стран региона.

Однако стоит всегда помнить, что, будучи стратегической статьей экспорта и инвестиций в условиях глобального кризиса, нефтяные и газовые ресурсы являются единственными конкурентными преимуществами для многих Южноамериканских стран.

Приложение 1

**Общая мощность НПЗ в регионах и странах мира, 1991–2010 гг., бр**

Страны	1991 год	2000 год	2010 год
США	15700	16595	17594
Канада	1903	1861	1914
Мексика	1448	1481	1463
Всего Северная Америка	19051	19937	20971

Аргентина	691	626	638
Бразилия	1445	1849	2095
Нидерландские Антильские острова	320	320	320
Венесуэла	1196	1269	1303
Всего Центр. и Южн. Америка	6051	6271	6707
Бельгия	706	770	823
Франция	1699	1984	1703
Германия	2209	2262	2091
Греция	403	403	440
Италия	2535	2485	2396
Нидерланды	1225	1277	1274
Норвегия	288	318	310
Россия	7294	5655	5555
Испания	1272	1330	1427
Швеция	422	422	422
Турция	708	713	613
Великобритания	1827	1778	1757
Всего Европа&Евразия	28023	25399	24516
Иран	980	1597	1860
Ирак	373	740	856
Кувейт	140	740	931
Саудовская Аравия	1645	1806	2100
ОАЭ	192	440	673
Всего Ближний Восток	4498	6491	7911
Всего Африка	2794	2897	3292
Австралия	677	828	740
Китай	2892	5407	10121
Индия	1122	2219	3703
Индонезия	866	1127	1158
Япония	4505	5010	4463
Сингапур	1085	1255	1385
Южная Корея	984	2598	2712
Тайвань	570	732	1197
Таиланд	222	899	1253
Всего Азия	13883	21478	28394
мир	74300	82473	91791

Источник: <http://bp.com> сайт корпорации BP Statistical Review of World Energy

Литература:

1. Интернет-ресурс <http://analyticmz.ru/?p=613> (дата обращения 13.12.2014 г.)
2. Яковлев, П.П. Латинская Америка: нефть и политика // интернет ресурс [http://www.perspektivy.info/table/latinskaja\\_amerika\\_neft\\_i\\_politika\\_2012-09-21.htm](http://www.perspektivy.info/table/latinskaja_amerika_neft_i_politika_2012-09-21.htm) (дата обращения 13.12. 2014 г.)
3. Richard Spears. Oilfield Market Report 1999–2012 // Spears and Associates, Inc;
4. National Oilwell Varco 58th Annual Rig Census. November, 2011.

## Создание системы бюро кредитных историй

Однокоз Валерия Геннадьевна, студент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В большинстве развитых стран конфиденциальность данных о личной жизни граждан приобретает характер основополагающей ценности, поскольку ограничения на распространение и сбор данных о личной жизни теперь рассматривается в рамках защиты прав потребителей и справедливости, а также, в рамках зрения защиты политических и гражданских прав личности. Подобные позиции должны стать основополагающими принципами при создании системы бюро кредитных историй в России. Основные принципы системы бюро кредитных историй, в сущности, противоречат принципам невмешательства в частную жизнь граждан, и для их создания были приведены весомые аргументы, которые доказывают пользу создания бюро кредитных историй для современного общества в целом и для коммерческих интересов банков в частности [1, с. 3].

Чтобы полностью понять основные позиции и различные компромиссные решения, содержащиеся в российском законодательстве, регулирующем деятельность системы бюро кредитных историй, необходимо рассмотреть аргументы экономического характера, которые обычно приводятся в пользу ее создания.

Принимая во внимание то обстоятельство, что кредиторы, к которым относятся розничные операторы, банки, компании по выпуску кредитных карточек, лизинговые компании или любые другие структуры, предоставляющие кредит гражданам, могут выполнять две функции:

1. Они могут собирать информацию о гражданах или, говоря точнее, о персональном опыте работы с гражданами и пересылают эти данные бюро кредитных историй. К этой информации относятся такие, вытекающие из кредитной сделки с гражданином сведения, как размер кредита, платежная история, случаи невыплат кредита, банкротство и прочее; также может собираться персональная информация общего характера в зависимости от действующего законодательства [4, с. 105].

2. В процессе кредитования такие кредиторы могут использовать информацию, которую сами или другие кредиторы предоставили бюро кредитных историй.

При выполнении этих отдельных двух функций кредиторы могут иметь не идентичные, но сходные интересы.

Бюро кредитных историй занимается обработкой и сбором персональной информации, предоставляя отчеты об отдельных гражданах кредиторам [2, с. 19]. Как правило, бюро кредитных историй использует данные, полученные от кредиторов, однако может проводить независимые расследования, например, из других источников и архивов или по материалам судов. Например, в США, по просьбе клиента бюро кредитных историй имеют право провести расследование и предпринимать легальные дей-

ствия для получения общих данных о гражданине, если последний уведомлен об этих действиях в пределах, предусмотренных законодательством.

Кредитный отчет может содержать сведения общего характера, например, семейное положение, информацию о трудовой деятельности, перемене места жительства, членстве в организациях, и прочее, наравне с негативной кредитной информацией (в общем случае информацией о невнесении платежей, а также серьезные кредитные случаи, например банкротство), с позитивной или нейтральной информацией (включая данные о положительной истории платежей, о погашенных надлежащим образом кредитах, об остатке задолженности и кредитным линиям).

Бюро кредитных историй часто организовано как членская организация или совместное предприятие, поэтому взаимоотношения с кредиторами в области получения и предоставления личных данных основываются на договоре, в котором кредитор обязан предоставить данные бюро кредитных историй, как обязательное условие для получения кредитных отчетов граждан [3, с. 140]. Взаимоотношения между бюро кредитных историй и гражданами практически полностью определены нормативными актами и действующими законами.

Система бюро кредитных историй состоит из добровольно объединенных пяти участников: регулирующих органов; кредиторов, как пользователей кредитных отчетов по поводу выдачи кредитов гражданам; кредиторов, как сборщиков данных для бюро кредитных историй; бюро кредитных историй и граждан.

На Рис. 1 приведена структура информационных потоков участников системы бюро кредитных историй.

1. Регулирующие органы. В основном регулирующие органы несут ответственность за:

- наличие полных и четких определений подлежащих регулированию данных, сделок и организаций;
- полномочия по утверждению правил и процедур;
- право проведения расследований по обеспечению исполнения закона легальными мерами, включая судебные действия и административные меры (штрафы и санкции).

2. Кредиторы как пользователи кредитных отчетов по поводу выдачи кредитов гражданам. Как пользователи кредитных справок граждан, кредиторы заинтересованы:

- в равном доступе к системам кредитной отчетности и равноправном отношении ко всем кредиторам;
- во включении имеющей отношение к делу, полезной информации в отчетность;
- в освобождении от ответственности в случае, когда кредитор действовал на основе доверия к выданной кредитной справке;



Рис. 1. Информационные потоки между участниками системы бюро кредитных историй

— в защите от ответственности при предоставлении ошибочных сведений на основе разумных процедур и принципов добросовестности;

— в разумных ограничениях на размер компенсации ущерба;

— в разумных требованиях к информированию граждан об основании для принятия кредитных решений.

3. Кредиторы, как сборщики данных для бюро кредитных историй. Выполняя функцию источника информации для бюро кредитных историй, кредиторы заинтересованы:

— в однозначных законодательных положениях о видах информации, которую можно собрать или распространить;

— в однозначных законодательных положениях, разрешающих разглашение информации, связанной с кредитными сделками граждан;

— в защите от ответственности на основе разумных процедур и принципов добросовестности;

— в разумных ограничениях размеров компенсации ущерба;

— в рациональных и низкозатратных процедурах разрешения споров и разумных возможностей по исправлению ошибочных сведений;

— в возможности использования данных в маркетинговых целях или продажи данных третьему лицу для их использования в маркетинговых целях.

4. Бюро кредитных историй. Бюро кредитных историй заинтересованы:

— в недвусмысленных законодательных правилах, определяющих виды информации, которую можно собрать и распространить;

— в недвусмысленном определении разрешенных получателей кредитных справок и пользователей;

— в недвусмысленном определении требований о получении согласия у граждан и формулировки такого согласия, предпочитая объективную форму «подразумеваемого согласия», в большинстве случаев «опция-да», чем «опция-нет»;

— в разумных и не влекущих значительных затрат требованиях касательно уведомления граждан;

— в рациональных и низкозатратных процедурах разрешения споров и разумных возможностей по исправлению ошибочной информации;

— в возможности переработки и получения дохода от использования информации, помимо кредитных сделок граждан;

— в защите от ответственности на основе разумных процедур и принципов добросовестности за предоставление ошибочных сведений;

— в разумных ограничениях размеров компенсации ущерба;

— в минимизации государственного регулирования и вмешательства в процесс сбора данных и ведения отчетности.

5. Граждане. В основном граждане заинтересованы:

— в обеспечении неприкосновенности личных данных, не имеющих отношения к нуждам кредиторов;

— в неразглашении предоставленных сведений в запрещенных целях;

— в возможности недорогого и регулярного доступа к персональным данным и предоставляемым кредиторами отчетам;

— в возможности оспорить содержание кредитной истории, таким образом, чтобы была определена суть спора, которая, во-первых, должна быть отмечена в кредитной истории и сообщена кредитору а, во-вторых, спор должен быть рассмотрен и разрешен своевременно;

— в возможности списания негативных кредитных отчетов и возможности восстановления положительного кредитного рейтинга;

— в получении компенсации в случае ущерба.

Рассматривая принципы раскрытия и обмена информационными потоками между участниками системы бюро кредитных историй важно предусмотреть использование стандартных технологий сбора, доступа и обра-



ботки данных, которые уже используются компаниями, специализирующимися на предоставлении информационных услуг.

Ключевым вопросом, от которого зависит эффективность и жизнеспособность системы бюро кредитных ис-

торий, становятся нормы внутри страны, регулирующие доступ и раскрытие данных о физических и юридических лицах. Для каждой страны такая задача решается индивидуально с помощью специальных законодательств, корпоративных соглашений и соглашений с заемщиками.

Литература:

1. Викулин, А. Ю. Кредитную историю не перепишешь // Предприниматель без образования юридического лица. ПБОЮЛ 2005. № 10. с. 3.
2. Воронин, Б. Б. Становление системы кредитных историй/Деньги и кредит/. — 2005. № 10. с. 18–21.
3. Мамзина, Т. Ф., Дятлова Н. А. Влияние международного опыта создания и функционирования кредитных бюро на их становление в России. Вестник Кузбасского государственного технического университета. 2011. № 3. с. 137–141.
4. Прокопенко, В. Ю. Бюро кредитных историй: эволюция, становление и развитие возможностей// Проблемы экономики № 4, 2010. с. 104–107.

## Система контроля качества аудита в России

Пешкова Татьяна Владимировна, бухгалтер  
000 400 «Вымпел-1» (г. о. Тольятти)

Аудит представляет собой независимую проверку бухгалтерской отчетности экономического субъекта, осуществляемую аудиторской организацией или индивидуальным аудитором с целью выражения мнения о достоверности бухгалтерской отчетности, проверяемого экономического субъекта.

31 декабря 2008 г. президент РФ подписал закон «Об аудиторской деятельности» № 307 — ФЗ от 30.12.2008 [2], согласно которому с 1 января 2010 г. Отменяется лицензирование и устанавливается обязательность членства аудиторских организаций и аудиторов в саморегулируемых организациях. Таким образом, принятие нового Закона об аудиторской деятельности подтвердило окончательное становление российского аудита и создало перспективы для дальнейшего развития нормативно — правового регулирования в этой сфере. Внедрение механизма саморегулирования аудита в сочетании с совершенствованием государственных способов регулирования позволит повысить качество и эффективность оказываемых аудиторских услуг. Дальнейшее совершенствование аудиторской деятельности напрямую связано с обеспечением качества аудиторских услуг. В связи с отменой лицензирования аудита, акцент в проверке его качества переносится на саморегулируемые аудиторские организации.

В новом Законе № 307-ФЗ под аудитом понимается независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности (п. 3 ст. 1 Закона № 307-ФЗ). Наиболее важные изменения в определении аудита связаны со следующим:

— по сравнению с ранее действовавшей редакцией закона законодатель не указывает на предпринимательский характер аудита;

— предмет проверки ограничивается проверкой бухгалтерской (финансовой) отчетности (ранее это была проверка бухгалтерского учета и финансовой (бухгалтерской) отчетности).

Следует оговориться, что последнее изменение также обоснованно, поскольку в соответствии со ст. 2 Федерального закона от 21.11.96 № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» бухгалтерская отчетность представляет собой единую систему данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности и составляется на основе данных бухгалтерского учета [1].

Необходимость контроля качества аудита в значительной степени связана с вероятностью того, что некоторые аудиторские проверки могут оказаться несостоятельными. Несостоятельность аудита — это ситуация, когда аудитор приходит к неточному выводу в результате аудиторской проверки и представляет ошибочное заключение.

Для более точного понимания необходимо разобраться, что же собой представляет контроль качества.

Контроль качества аудита — методики и процедуры, принятые аудиторской организацией для того, чтобы ее руководство получило разумную уверенность в том, что в ходе всех аудиторских проверок, проводимых этой организацией, выполняются требования правил аудиторской деятельности и других нормативных документов, регулирующих аудиторскую деятельность в РФ [5].

В настоящее время выделяется два вида контроля качества аудита: внутренний и внешний.

Внешний контроль качества аудита долго будет являться одним из главных инструментов повышения качества отечественного аудита. Необходимость членства аудиторов и аудиторских организаций и обязательность внешнего контроля для них приведут к его постоянному развитию. Предметом внешнего контроля качества работы является соблюдение аудиторской организацией, аудитором требований федерального закона, стандартов аудиторской деятельности, правил независимости аудиторов и аудиторских организаций, кодекса профессиональной этики аудиторов [6].

Согласно Федеральному закону «Об аудиторской деятельности», внешняя проверка качества аудита проводится двумя структурами: Минфином России (федеральный орган исполнительной власти, выполняющий функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере аудиторской деятельности), своей саморегулируемой организацией аудиторов [2].

Во всех аудиторских организациях должна существовать система внутреннего контроля качества аудита. Принципы внутреннего контроля качества и конкретные процедуры по их реализации декларируются внутрифирменными стандартами аудиторских организаций. Внутренний контроль качества аудита осуществляется аудиторской фирмой самостоятельно в соответствии с Федеральным правилом (стандартом) № 7 «Внутренний контроль качества аудита». Данный стандарт, по сути, аналог международного стандарта 220 «Контроль качества работы в аудите». Более того, многие положения стандартов говорят об их почти полной идентичности. Но более подробное описание аудиторских процедур, наличие примеров пока выгодно отличает международные стандарты от российских.

Внутренний контроль качества работы аудиторской организации подразделяется на предварительный, текущий, последующий и обеспечивается тремя факторами:

- надлежащим руководством за ходом аудита со стороны руководителя аудиторской организации;
- надзором со стороны аудиторов за действиями ассистентов во время проверки;

— проверкой результатов проделанной работы. Предварительный внутренний контроль качества аудита осуществляется руководителем организации на стадии планирования [6].

Итак, проблемы совершенствования качества в настоящее время очень актуальны для российского аудита. В то же время ни в отечественной, ни в мировой практике официально не определены понятие и критерии качества аудита. В связи с этим важным направлением совершенствования качества аудита представляется нормативное закрепление его критериев. Система критериев качества аудита может включать, во-первых, соблюдение требований стандартов аудита (как федеральных, так и внутренних), во-вторых, наличие надлежащих аудиторских доказательств, достаточных для обоснованного выражения мнения о достоверности отчетности клиента, в-третьих, применяемые методы аудиторской проверки. Необходимость принятия во внимание последнего критерия качества объясняется тем, что повышение затрат на проведение проверки может привести к экономической нецелесообразности аудита (как предпринимательской деятельности).

Важным шагом на пути приближения аудиторской деятельности в России к международным нормам являются внутрифирменные стандарты, разработка и практическая реализация которых способствует повышению качества проверок, эффективности их результатов, снижению трудоемкости аудиторской работы [7]. Наличие отработанной системы внутрифирменных стандартов и ее методологического сопровождения служит показателем профессионализма и надежности деятельности аудиторской организации, а ее соблюдение — дополнительной гарантией результатов проверки.

Таким образом, вопрос контроля качества аудита сегодня весьма актуален. Ученые не могут дать однозначного определения этому понятию, выделить критерии качества аудита. Но при всей неопределенности необходимо построить эффективную систему контроля качества аудита, которым следует заниматься в России и зарубежных странах. Контроль качества аудита в свою очередь позволяет достичь требований достоверности результатов проверки и соответствия выполненным процедурам действующему законодательству, являющимися, по сути, главными критериями качества аудита.

#### Литература:

1. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учёте [Текст]: Федеральный закон № 129 — ФЗ: принят ГД ФС РФ 21 ноября 1996 г. (в редакции от 28.09.2010 г. № 243-ФЗ), (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2011) © КонсультантПлюс 2014
2. Российская Федерация. Законы. Об аудиторской деятельности [Текст]: Федеральный закон № 307 — ФЗ: принят ГД ФС РФ 24 декабря 2008 года (в редакции от 28.12.2010 № 400-ФЗ) © КонсультантПлюс 2014
3. Российская Федерация. Постановление. Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности [Текст]: № 696: утверждённое Правительством РФ 23 сентября 2002 г. (в редакции от 02.08.2010 № 586) © КонсультантПлюс 2014
4. Российская Федерация. Постановление. Федеральное правило (стандарт) аудиторской деятельности № 7 «Контроль качества выполнения заданий по аудиту» [Электронный ресурс]: № 696: утвержденное Правитель-

ством Российской Федерации от 23 сентября 2002 г. (в ред. Постановления Правительства РФ от 19.11.2008 № 863) © КонсультантПлюс 2014

5. Аудит [Текст]: учеб. для вузов по экон. спец./под ред. В.И. Подольского. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА: Аудит, 2007. — 583 с.
6. Бейтан, Ю.В. Базовые подходы к классификации видов аудита эффективности [Текст]/Ю.В. Бейтан // Финансы и кредит. — 2009. — № 15. — с. 64–67
7. Городилов, М.А. Совершенствование организационных аспектов аудита и ревизии [Текст]/М.А. Городилов // Аудит и фин. анализ. — 2008. — № 5. — с. 215–225
8. Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия Экономика. Васильчук Ольга Ивановна.

## Особенности налогового учета охранного предприятия

Пешкова Татьяна Владимировна, бухгалтер  
ООО ЧОО «Вымпел-1» (г. о. Тольятти)

**А**ктуальность темы исследования. Рынок услуг в сфере охранной деятельности в России начал складываться в начале 90-х годов. Возникновение этой формы услуг безопасности обусловлено изменениями в общественно-экономической жизни России, появлением новых форм собственности, развитием предпринимательства. Динамика развития охранного бизнеса, включающего службы безопасности предприятий, частные охранные предприятия и детективные агентства, в последнее время отражает неуклонный рост частных охранных предприятий. Так, за период с 1993 по 2001 годы число частных охранных предприятий в России возросло с 4540 до 14116.

Охранные услуги могут оказывать организации, соответствующие определенным требованиям. Согласно статье 11 Федерального закона от 11 марта 1992 г. № 2487–1 «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» (далее — Закон № 2487–1), оказанием охранных услуг занимаются организации, специально учреждаемые для их выполнения и имеющие соответствующую лицензию.

О начале и окончании оказания охранных услуг ЧОО обязана уведомить ОВД (см. Правила уведомления частной охранной организацией органов внутренних дел о начале и об окончании оказания охранных услуг, изменении состава учредителей (участников), утв. постановлением Правительства РФ от 23 июня 2011 г. № 498).

Частная охранный организация создается только в форме ООО и не может осуществлять иную деятельность. Минимальный размер уставного капитала ЧОО — 100000 рублей.

Уставный капитал в сумме 250000 рублей потребуется для учреждения ЧОО, оказывающей услуги по вооруженной охране имущества и охране объектов с осуществлением работ по проектированию, монтажу и эксплуатационному обслуживанию, перечень которых установлен Правительством РФ.

Половина уставного капитала может быть сформирована не денежными вкладами. А вот использовать кредиты и займы при этом нельзя.

Учредить ЧОО могут только россияне и отечественные компании. Для них «охранный» бизнес должен быть основным.

Филиалы ЧОО создаются только в субъекте РФ, на территории которого зарегистрирована данная организация.

Отдельные требования предъявляются к руководителю охранной организации. Он должен иметь высшее профессиональное образование, удостоверение частного охранника и пройти соответствующие курсы повышения квалификации.

Итак, налоговый учет — это система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на прибыль на основе данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с определенным порядком предусмотренным НК РФ.

Порядок ведения налогового учета устанавливается налогоплательщиком самостоятельно в учетной политике для целей налогообложения, утверждаемой соответствующим приказом руководителя предприятия.

Ведение системы налогового учета включает в себя: заполнение первичных учетных документов; составление и ведение аналитических регистров; налоговые расчеты — расчет налоговой базы, суммы налога; уплата налогов и ее учет; учет и перечисление штрафных санкций.

С момента создания и государственной регистрации охранное предприятие обязано (ст. 23 НК РФ):

- уплачивать законно установленные налоги;
- встать на учет в налоговых органах, если такая обязанность предусмотрена Налоговым кодексом РФ;
- вести в установленном порядке учет своих доходов (расходов) и объектов налогообложения, если такая обязанность предусмотрена законодательством о налогах и сборах;

— представлять в налоговый орган по месту учета в установленном порядке налоговые декларации по тем налогам, которые они обязаны уплачивать, если такая обязанность предусмотрена законодательством о налогах и сборах, а также бухгалтерскую отчетность в соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете»;

— представлять налоговым органам и их должностным лицам в случаях, предусмотренных Налоговым кодексом РФ, документы, необходимые для исчисления и уплаты налогов;

— выполнять законные требования налогового органа об устранении выявленных нарушений законодательства о налогах и сборах, а также не препятствовать законной деятельности должностных лиц налоговых органов при исполнении ими своих служебных обязанностей;

— предоставлять налоговому органу необходимую информацию и документы в случаях и порядке, предусмотренном Налоговым кодексом РФ;

— в течение четырех лет обеспечивать сохранность данных бухгалтерского учета и других документов, необходимых для исчисления и уплаты налогов, а также документов, подтверждающих полученные доходы (для организаций — также и произведенные расходы) и уплаченные (удержанные) налоги;

— иные обязанности, предусмотренные законодательством о налогах и сборах.

Так как ЧОП относится к категории плательщиков ЕСН, производящих выплаты физическим лицам, то объектом налогообложения для него будут являться выплаты и иные вознаграждения, начисляемые в пользу физических лиц по трудовым и гражданско-правовым договорам, предметом которых является выполнение работ и оказание услуг. Таким образом, объект налогообложения по ЕСН в деятельности ЧОПа будет формироваться в следующих случаях:

— при начислении работникам ЧОПа заработной платы и иных выплат, связанных с трудовой деятельностью (премии, материальная помощь и т.д.);

— при выплате вознаграждений физическим лицам, привлекаемым ЧОПом на основании гражданско-правовых договоров, для выполнения работ или оказания услуг предприятию. Необходимо отметить, что существуют выплаты, которые не являются объектом налогообложения по ЕСН. Общий порядок определения налоговой базы по ЕСН для группы налогоплательщиков, к которой относится ЧОП, установлен в п. 1 ст. 237 НК РФ. Так, налоговая база по ЕСН представляет собой сумму выплат и иных вознаграждений, составляющих объект налогообложения, начисленных охраняемым предприятием в пользу физических лиц в течение налогового периода

Налоговым периодом по единому социальному налогу в соответствии со ст. 240 НК РФ является календарный год. Определяя налоговую базу, ЧОП обязан учитывать любые выплаты и вознаграждения вне зависимости от формы, в которой они осуществляются. Так, при определении налоговой базы учитывается полная или частичная оплата товаров (работ, услуг, имущественных или иных прав), предназначенных для физического лица, в том числе коммунальных услуг, питания, отдыха, обучения в его интересах, оплата страховых взносов по договорам добровольного страхования и т.д. Налоговая база определяется отдельно по каждому физическому лицу, которому ЧОП начисляет выплаты и иные вознаграждения, нарастающим итогом с начала налогового периода по истечении каждого календарного месяца.

Общий порядок исчисления суммы ЕСН заключается в определении процентной доли налоговой базы исходя из соответствующей налоговой ставки. Ставки ЕСН установлены в ст. 241 НК РФ и дифференцируются по различным категориям налогоплательщиков. Частное охранное предприятие уплачивает ЕСН только по ставкам, предусмотренным п. 1 ст. 241 НК РФ.

Основную часть налоговой базы по ЕСН у частных охраняемых предприятий, как и у других налогоплательщиков, составляет заработная плата и иные выплаты поощрительно-трудового характера (премии, материальная помощь, выплаты среднего заработка за период отпуска и т.д.). Определяя налоговую базу по данным выплатам, управленческому персоналу ЧОПа следует учитывать положение п. 3 ст. 236 НК РФ, в соответствии с которым не являются объектом налогообложения ЕСН выплаты и вознаграждения, если они не отнесены к расходам, уменьшающим налоговую базу по налогу на прибыль в текущем налоговом периоде. Наиболее ярким примером такого случая является осуществление работникам выплат за счет прибыли, оставшейся после налогообложения. Следует отметить, что заработная плата в подавляющем большинстве случаев выплачивается за счет фонда оплаты труда, учитывается при формировании себестоимости услуг (в том числе, охраняемых) и уменьшает налоговую базу по налогу на прибыль в текущем налоговом периоде. Другие выплаты, в частности премии или материальная помощь, могут выплачиваться за счет прибыли прошлых лет (прибыли, оставшейся после налогообложения). Поэтому при определении налоговой базы по выплатам поощрительно-трудового характера важно учитывать источник осуществления таких выплат. Важно помнить, что принцип непризнания объектом налогообложения выплат, которые не уменьшают налоговую базу по налогу на прибыль, применяется не только к поощрительно-трудовым выплатам, но и к другим видам выплат и вознаграждений в пользу работников.

#### Литература:

1. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс РФ. Часть первая [Электронный ресурс]: федер. закон № 146 — ФЗ: принят ГД ФС РФ 16 июля 1998 г. (в редакции от 06.07.2013 N 19-ФЗ) // КонсультантПлюс: Версия Проф. — 2013.



2. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс РФ. Часть вторая [Электронный ресурс]: федер. закон № 117 — ФЗ: принят ГД ФС РФ 19 июля 2000 г. (в редакции от 06.07.2013 N 19-ФЗ) // КонсультантПлюс: Версия Проф. — 2013.
3. Вестник поволжского государственного университета сервиса. Серия: экономика издательство: поволжский государственный университет сервиса (Тольятти) ISSN: 2073–9338 экспертное исследование учета и налогообложения издержек обращения в торговой организации Прохорова Н. А., Соколова И. А.

## Программа повышения эффективности управления общественными финансами Российской Федерации: шаги на пути реализации

Писецкая Ольга Сергеевна, кандидат экономических наук;  
Дубровская Юлия Борисовна, ведущий специалист научно-исследовательской лаборатории  
Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

30 декабря 2013 года распоряжением Правительства Российской Федерации была утверждена Программа повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года [1] (далее — Программа). Утвержденная Программа — один из наиболее ожидаемых стратегических документов в области бюджетного регулирования (напомним, что период действия утвержденной в 2010 г. Программы Правительства Российской Федерации по повышению эффективности бюджетных расходов [2] был ограничен 2012 годом). Содержательно в новой программе нашли продолжение тенденции, характерные для программных документов прошлых лет, а также появились некоторые новации, которые должны быть отражены в деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, а также органов местного самоуправления, наделенных какими-либо полномочиями участников бюджетного процесса.

Цель Программы декларируется как «повышение эффективности, прозрачности и подотчетности использования бюджетных средств», при этом также заявляется о необходимости безусловной реализации приоритетов и целей социально-экономического развития Российской Федерации. Средством достижения должна стать современная нормативно-методическая база регулирования бюджетных правоотношений.

Преамбулой Программы декларирован ряд нерешенных на момент публикации проблем. Задача данной статьи — проанализировать ход исполнения Программы в 2014 году с точки зрения законодательного решения некоторых из обозначенных тем и вопросов.

1. Группа проблем, связанных с долгосрочным государственным стратегическим планированием.

В 2014 году следует отметить две ключевые законодательные новации в сфере долгосрочного планирования. Во-первых, принят Федеральный закон N172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [3]. Задача закона — координация государствен-

ного и муниципального стратегического управления и бюджетной политики, разграничение полномочий и обязанностей в сфере стратегического планирования между органами государственной власти. В числе субъектов планирования наряду с государственными органами власти названы органы местного самоуправления, а также отмечено участие в процессе научных и общественных организаций.

Необходимо отметить «рамочный» характер положений принятого закона. Разумеется, практическое их применение потребует от федеральных органов государственной власти разработки дополнительных подзаконных актов, распорядительной и методической документации для более детальной проработки процедур стратегического планирования на местах. На текущий момент такая работа ведется.

Ключевым достижением закона, по нашему мнению, является систематизация документов стратегического планирования (ст. 11172-ФЗ). До принятия закона стратегические рамки некоторых направлений государственной политики регулировались разрозненным набором документов, некоторые направления вовсе не имели стратегических планов.

Проблемная ситуация хорошо просматривается на примере документов бюджетной стратегии. Поручение разработать единый стратегический документ с долгосрочным прогнозом содержится в перечне поручений Правительства РФ, направленных на реализацию Бюджетного послания Президента РФ о бюджетной политике в 2014–2016 годах. Однако, разработка затянулась, принятие проекта стратегии ожидалось в середине 2013 года, затем было перенесено на конец 2013 года [4]. В опубликованных на сайте Министерства Финансов РФ «Основных направлениях бюджетной политики на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов» проект Бюджетной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года также упоминается, и даже говорится, что он уже внесен на рассмотрение Правительства РФ. Тем не менее, на сегодняшний день сфера бюджетной политики все еще стра-



тегически описывается сразу несколькими программными документами средне и краткосрочного характера.

Второй важной новацией в сфере долгосрочного планирования является принятие в октябре 2014 года Федерального закона №283-ФЗ [5], который внес важные изменения в Бюджетный кодекс Российской Федерации, изменив положения ст. 170. До принятия указанного закона указанная статья была посвящена ежегодной процедуре представления Президентом РФ послания Совету Федерации о бюджетной политике. Теперь эта процедура отменена, а на месте статьи, утратившей силу, появилась ст. 170.1, регламентирующая процесс составления и утверждения долгосрочных бюджетных прогнозов.

2. Проблемы, связанные с переходом к программно-целевому принципу планирования бюджета.

По этому направлению следует отметить работу в сфере перестроения процесса планирования бюджета субъектами Российской Федерации. Здесь следует упомянуть принятие Федерального закона от 28 июня 2014 года №183-ФЗ, которым в ст. 179 и 184 Бюджетного кодекса РФ вносятся нормы, устанавливающие обязательность перехода на программный принцип составления бюджетов субъектов Российской Федерации.

Во вторых, в продолжение принятых норм, а также во исполнение положений п. 1.2.3 Детального плана-графика реализации государственной программы Российской Федерации «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков» [6] Минфин России разработал «Методические рекомендации по составлению и исполнению бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов на основе государственных (муниципальных) программ».

Кроме того, в разрезе проблемы, нельзя не упомянуть принятие в 2014 году Федерального закона «О парламентском контроле» [7]. В сферу ведения парламентского контроля указанным законом были введены в частности такие полномочия, как оценка эффективности использования средств федерального бюджета по соответствующим направлениям, а также вопросы достижения целевых показателей, утвержденных государственными программами Российской Федерации. В процедуру утверждения государственных программ, составляющих основу верстки бюджета, а также федеральных целевых программ теперь включено рассмотрение проекта, как и проекта возможных изменений соответствующей программы, в Государственной Думе, в профильных комитетах Государственной Думы и Комитете Государственной Думы по бюджету и налогам. Одновременно соответствующий проект вносится на рассмотрение в Правительство Российской Федерации.

3. Проблемы организации системного внешнего и внутреннего контроля и аудита в сфере общественных финансов.

Бюджетные полномочия органов государственного (муниципального) финансового контроля в их нынешнем виде были определены в Бюджетном кодексе Российской

Федерации с июля 2013 года [8], однако на момент принятия этих поправок деятельность ключевого органа финансового контроля — Счетной палаты — регулировалась законом, принятым еще в 1995 году, не отражавшим в полной мере новые полномочия этого учреждения как органа внешнего государственного финансового контроля. Таким образом, Федеральным законом от 05.04.2013 N 41-ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации» был окончательно определен ее статус как постоянно действующего высшего органа внешнего государственного контроля (аудита). В марте 2014 года при Счетной палате, не располагающей, к слову, филиальной сетью, что сильно затрудняло ее работу в регионах, был создан Совет контрольно-счетных органов России. Вопросами, входящими в сферу ведения Совета, стали вопросы организации совместных проверок, перехода на программный принцип формирования бюджета, проведения аудита в сфере закупок товаров, работ и услуг, разработки критериев и методик оценки эффективности бюджетных расходов и др.

Что касается вопросов внутреннего контроля и аудита, то здесь правовое поле было обновлено принятым в марте 2014 года постановлением Правительства РФ от 17.03.2014 N 193 [9]. До сих пор обязанность экономического субъекта организовывать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов своей хозяйственной жизни, а также (в определенных законом случаях) подвергать собственную бухгалтерскую (финансовую) отчетность обязательному аудиту была прописана в общем виде в ст. 19 Федерального закона №402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [10]. Вновь принятое Постановление конкретизирует порядок осуществления внутреннего финансового контроля и аудита в сфере деятельности ключевых участников бюджетного процесса — главных распорядителей средств федерального бюджета, главных администраторов доходов федерального бюджета, главных администраторов источников финансирования дефицита федерального бюджета.

4. Группа проблем, связанных с недостаточной открытостью бюджетов, прозрачностью и подотчетностью деятельности участников сектора государственного управления.

Один из разделов «Программы повышения эффективности управления общественными финансами Российской Федерации до 2018 года» полностью посвящен вопросам повышения прозрачности и подотчетности сектора. Все меры, перечисленные Программой как способствующие повышению прозрачности, можно условно разделить на четыре основные группы:

а) Организация форм общественного контроля и аудита сектора управления госфинансами. В этом направлении в 2014 году сделан важный шаг: принят Федеральный закон №212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» [11], который призван отрегулировать в частности и практику общественного аудита в сфере управления общественными финансами. Общественный контроль и аудит согласно закону

могут осуществлять как отдельные граждане, так и общественные организации. Результаты их деятельности подлежат обязательной публикации.

б) Раскрытие информации о планах и решениях в сфере общественных финансов. Здесь следует упомянуть ставшую обязательной для федеральных органов исполнительной власти РФ публикацию календарных планов реализации государственных программ.

в) Меры по объединению профильной информации на при помощи специализированных электронных систем. В частности, упоминается система «Электронный бюджет» (ее разработка пока не завершена), создание и развитие Единого портала как основного инструмента, обеспечивающего прозрачность и открытость бюджетов бюджетной системы Российской Федерации (он функционирует, и любой пользователь может участвовать в публичном обсуждении выложенных на портале законопроектов). Кроме того, хочется упомянуть

созданные и поддерживаемые Министерством экономического развития Российской Федерации электронные ресурсы: портал государственных программ Российской Федерации <http://programs.gov.ru/> и портал Федеральных целевых программ Российской Федерации <http://fcp.economy.gov.ru/>, которые позволяют в наглядной форме получить актуальную информацию о ходе достижения целей социально-экономической сферы в процессе выполнения мероприятий государственных программ Российской Федерации.

г) Меры по популяризации информации о бюджетной политике у населения и распространению обучающих материалов о бюджетном устройстве и бюджетной системе Российской Федерации. В качестве успешной практики можно назвать регулярную публикацию Министерством финансов Российской Федерации наглядной формы изложения содержания текущих решений в сфере общественных финансов в проекте «бюджет для граждан».

#### Литература:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2013 г. N 2593-р «Об утверждении Программы повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года».
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30 июня 2010 г. N 1101-р «Об утверждении Программы Правительства РФ по повышению эффективности бюджетных расходов на период до 2012 года».
3. Федеральный закон от 28.06.2014 N 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»
4. Стенограмма заседания Государственного совета о мерах по повышению эффективности бюджетных расходов — <http://www.kremlin.ru/news/19359>.
5. Федеральный закон от 04.10.2014 N 283-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и статью 30 Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений»
6. Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 18 июля 2014 года №219 «Об утверждении детального плана-графика государственной программы Российской Федерации «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков» на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов».
7. Федеральный закон от 07.05.2013 N 77-ФЗ «О парламентском контроле».
8. Федеральный закон от 23.07.2013 N 252-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации».
9. Постановление Правительства РФ от 17.03.2014 N 193 «Об утверждении Правил осуществления главными распорядителями (распорядителями) средств федерального бюджета, главными администраторами (администраторами) доходов федерального бюджета, главными администраторами (администраторами) источников финансирования дефицита федерального бюджета внутреннего финансового контроля и внутреннего финансового аудита и о внесении изменения в пункт 1 Правил осуществления ведомственного контроля в сфере закупок для обеспечения федеральных нужд, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 10 февраля 2014 г. N 89».
10. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».
11. Федеральный закон от 21.07.2014 N 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации».

## Стратегия развития региональной компании сотовой связи «МОТИВ» в условиях современного рынка

Поздеев Александр Анатольевич, магистрант

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

Первый этап развития систем сотовой связи в России начался с ввода в промышленную эксплуатацию первой системы сотовой связи в 1992 г. Этот этап характеризуется установкой недорогого оборудования стандартов NMT, AMPS. Недорогое оборудование очень быстро окупилось и приносило сверхприбыли своим владельцам. Операторы сотовой связи ориентировались лишь на обеспеченных клиентов и не были заинтересованы в привлечении массовых клиентов со скромным достатком.

Особенность рынка оборудования сотовой связи заключается в том, что необходимо быстро развернуть дорогостоящую систему, иначе невозможно предоставлять услуги связи в принципе. Для этого необходимы инвестиции. Поэтому для сотовой связи так важна быстрая окупаемость проектов. Вслед за наиболее привлекательными московским и петербургским рынками началось интенсивное освоение регионов России.

По данным исследовательской организации Wireless Intelligence, основанной Всемирной «GSM-ассоциацией», Россия заняла третье место после Китая и Индии по темпам прироста абонентов за год. Кроме этих стран в десятку вошли США, Пакистан, Украина, Бразилия, Индонезия, Нигерия и Бангладеш. По их данным, в 2014 году в мире насчитывалось 6,5 млрд. активных пользователей сотовыми телефонами.

Современный рынок сотовой связи в России характеризуется тем, что на нём доминирует небольшое количество продавцов; очень высоки барьеры входа; на любые акции и предложения одной компании другие компании делают аналогичное предложение; в качестве альтернативы имеется небольшое количество других услуг связи; федеральная антимонопольная служба активно пресекает попытки сговора компаний.

У рынка сотовой связи в Уральском регионе есть свои тенденции. За последний год были отмечены следующие характерные тенденции:

Билайн: с середины третьего квартала 2013 года стремление вернуть потерянные позиции (2 место по количеству абонентов и отгрузке в России). За 2014 год доля рынка сократилась во всех направлениях относительно 2012 года. На 2013 год у них была агрессивная политика ценообразования и высокая рекламная активность.

МТС: удержание позиции лидера (в России), защитные реакции на действия конкурентов. В Свердловской области отмечен большой уровень оттока из-за некачественных подключений (раздача SIM-карт, модемов бесплатно и т. п.).

Мегафон: наращивание абонентской базы, увеличение отгрузки за счет роста абонентской базы. Увеличение за-

трат на привлечение абонентов, высокая рекламная активность.

Для всех конкурентов будет характерно продвижение 3G в область, однако продвижение в область будет постепенным и не далеко вглубь. Акцент при продвижении услуг 3G будет делаться на высокие скорости. Тарифная политика в области мобильного Интернета: ограничивать возможность выкачивать большие файлы путем ограничения скорости после исчерпания определенного объема трафика в час, сутки, месяц.

Возможно, снижение цен на входящие звонки во внутрисетевом роуминге (под давлением ФАС). Как следствие возможно «скрытое» удорожание голосовой сотовой местной связи.

Мы видим, что особенностью рынка сотовой связи является высокий уровень конкуренции. Таким образом, компании повышают свои конкурентные преимущества не за счёт понижения тарифов, которые достигли дна, а за счёт ориентации на определенные узкие сегменты потребителей и работы с ними.

На данный момент на рынке сотовой связи действует пациентная стратегия — способ ведения дел, когда компания встаёт на путь узкой специализации для определенного круга потребителей. Рыночная сила данных компаний заключается в изготовлении такого рода товаров или обеспечении такого рода услуг, которые становятся незаменимыми для соответствующей группы потребителей.

Профессиональные участники рынка сотовой связи оправдывают данную стратегию: клиентская база прирастает в основном за счет потребителей, переходящих от одного оператора к другому, поэтому делить рынок на крупные сегменты не имеет смысла. Сейчас успех компании зависит от того, насколько точно ее продукт отвечает потребностям локальных групп клиентов.

Самыми большими социально-демографическими сегментами в абонентской базе сотовой связи Свердловской области являются:

- Работающая молодежь — 653397 абонентов.
- Неопределившиеся — 645551 абонентов.
- Ограниченная перспектива — 650956 абонентов.

Доля оператора сотовой связи «МОТИВ» в сегментах:

- Работающая молодежь — 59,4 %.
- Неопределившиеся — 51,8 %.
- Ограниченная перспектива — 51,2 %.

Благодаря подробной сегментации потребителей и выявлению их характерных особенностей появляется возможность для стратегического позиционирования компании.

Очевидно, что все операторы сотовой связи предоставляют по сути своей одинаковые услуги. Чтобы представить свою марку в выгодном свете, компании используют как реальные, так и воображаемые её характеристики.

«МОТИВ» в своем позиционировании смещает акценты в позиционировании с территориальной близости с абонентами в сторону эмоциональной близости компании с абонентами:

*«МОТИВ объединяет города и поколения, МОТИВ делает нас ближе друг к другу и отменяет границы удобного общения, на МОТИВ можно положиться всегда — и когда мы далеко от дома, и когда кажется, что от звонка зависит целая жизнь, и когда в твоём кошельке нет денег...»*

*И неважно, сколько нам лет, в каком городе мы живем и кем работаем — мы общаемся в сетях МОТИВ, потому что нам важно чувствовать уверенность, что надежный друг заботится о нас и никогда не подведет. Мы всегда на связи, мы всегда в центре жизни!»*

Постоянная конкурентная борьба между операторами сотовой связи, работающими в одном регионе, ведёт к снижению тарифов на услуги сотовой связи. Чтобы компенсировать неполученный доход из-за снижения тарифов, операторы предоставляют возможность подключения новых услуг, тем самым, получая дополнительные средства от абонентов за их использование. Для успешного функционирования компании сотовой связи на конкретном региональном рынке, предприятию необходимо постоянное развитие как внутри региона — расширение зоны покрытия, предоставление абонентам новых услуг, так и за его пределами — предоставление обширного внутрисетевого роуминга.

Для успешного конкурирования «МОТИВу» необходимо (параллельно с мероприятиями по позиционированию) выявить и оценить угрозы для компании, а также её слабые стороны.

#### **Угрозы:**

— Возможны ценовые войны для набора абонентов конкурентами.

— Использование конкурентами новых технологий 3G. Выход в область.

— Насыщенность рынка сотовой связи.

— Увеличение абонентской базы — снижение доходности от голосового трафика (внутрисеть).

#### **Слабые стороны:**

— Малая масштабность рынка (ограниченная территория предоставления — Свердловская область).

— Национальный и международный роуминг — ценообразование.

— Помимо выявления слабых сторон с угрозами и работы над ними необходимо внимательно следить за федеральными операторами, за их действиями и укреплять свои конкурентные преимущества.

**Конкурентные преимущества, которые необходимо укреплять:**

— Четкое, понятное позиционирование, которое уже принадлежит жителям Свердловской области. «МОТИВ» приравнивают к оператору, доступного по цене, в 2013 году вырос показатель «качество связи».

— Простота понимания тарифной линейки и политики. Простота выражена в прозрачности тарифов, легкости понимания стоимости и оценки своих затрат на сотовую связь.

— Зона действия сети.

— Качество связи. Качество, зона покрытия и стабильность предоставления услуг мобильного Интернета. Информирование — «стабильность услуги за честную цену».

— Значительная доля рынка сотовой связи. Формирование понимания, что при обслуживании в Компании значительное число знакомых обслуживаются также в «МОТИВ». Это выгодно, так как внутрисетевые вызовы недорогие.

— Лидерство по издержкам в предоставлении дополнительных услуг за счет собственных ресурсов.

**Конкурентные преимущества, которые возможно создать:**

— Развитие на рынке Группы компаний «МОТИВ»: предоставление конвергентных услуг, сокращение издержек благодаря существованию компаний, входящих в компанию.

— Наличие собственной сети офисов продаж и обслуживания по Свердловской области. Акцент на качество сервиса и обслуживания абонентов.

Очевидно, что рынок сотовой связи уже сформирован — его современное состояние можно охарактеризовать как стабильное. Ценовые войны постепенно уступают место неценовым видам конкуренции, что и является перспективным направлением развития. В целом участники мобильного рынка осознают, что снижение тарифов может попросту привести к разорению компаний и поэтому стремятся окупить низкие тарифы на голосовой трафик за счёт доступа в интернет и других дополнительных услуг. Спрос на них сейчас растёт и очевидно, будет постепенно увеличиваться.

Низкая себестоимость может позволить компании «МОТИВ» эффективно участвовать в ценовой конкуренции. Она также может являться источником прибыли, которая может быть реинвестирована в производство для улучшения качества услуг, в то время как цена на эту продукцию будет соответствовать средней цене по отрасли. Таким образом, не низкая себестоимость сама по себе предоставляет конкурентные преимущества, а возможности этой низкой себестоимости улучшают конкурентоспособность.

Тактически, оператор с низкой себестоимостью занимает более выгодную позицию, позволяющую ему выжить во время ценовой войны, а осведомленность об этом может удержать от ценовой конкуренции других операторов, у которых издержки выше. Клиенты в этом случае будут довольны стоимостью услуг, так как вряд ли смогут получить более выгодные предложения от операторов, конкурирующих с лидерами в области издержек.



Правило при использовании стратегии лидерства в издержках — постоянно реагировать на изменяющиеся требования клиентов, необходимость смены оборудования/технологий, что при постоянном стремлении к экономии будет нелегко.

Главное — не забывать, что стратегия лидерства за счет экономии на издержках не должна быть самоцелью существования организации. Данная стратегия лишь способ достижения основной цели — роста долгосрочной стоимости Компании

Литература:

1. Закиров, З. Г., Надеев А. Ф., Файзуллин Р. Р. Сотовая связь стандарта GSM. Современное состояние, переход к сетям третьего поколения. — М.: Эко-Трендз, 2004. 264 с.
2. Хрусталева, Д. А. Новейшее руководство по сотовой связи. — М.: Салон-Пресс, 2004. 176 с.
3. Ценовые войны операторов сотовой связи. <http://www.na-svyazi.ru/public/20101014.htm>
4. Виды маркетинговых стратегий ценообразования, условия их применения. [http://www.labex.ru/page/markstrcenoob\\_6.html](http://www.labex.ru/page/markstrcenoob_6.html)

## Сбережения и инвестиции

Полтева Татьяна Владимировна, преподаватель;  
Шайдуллова Алсу Ильясовна, студент  
Тольятинский государственный университет (Самарская обл.)

*В данной работе рассматривается формирование сбережений у крупных фирм, мелких предпринимателей и домашних хозяйств. Представлена краткая характеристика основных инструментов финансовых инвестиций.*

**Ключевые слова:** инвестиции, сбережения, доходность, инфляция, спекуляция, депозит, акция, облигация, дериватив, финансовые пирамиды, фирмы, домашние хозяйства.

В жизни мы каждый день сталкиваемся с тем, что у любого человека существует некая граница потребления. Этой границей считают прожиточный минимум, то есть стоимость товаров и услуг, которые необходимы для удовлетворения самых важных потребностей человека. Если же доход человека оказывается ниже прожиточного минимума, а потребление сохраняется на прежнем уровне, то в этом случае домохозяйства покрывают свои потребительские расходы за счет накопленных ранее сбережений, покупают товары в кредит и т. д.

Однако существует и другая ситуация, когда доход домашних хозяйств оказывается значительно выше прожиточного минимума. Тогда не все получаемые доходы тратятся на потребление. Если экономика находится в нормальном состоянии, то часть полученных доходов домашние хозяйства, как правило, сберегают.

Таким образом, источником инвестиций служит только сберегаемая часть дохода.

Что же представляют собой инвестиции и сбережения?

Сбережения — это та часть дохода, которая в данный момент не потребляется. Это не что иное, как отсроченное потребление. За счет сбережений обеспечиваются в будущем производственные и потребительские нужды. Сбережения производятся фирмами (с целью последующего инвестирования накопленного дохода в рас-

ширение масштабов производства), домашними хозяйствами (для покупки земли, недвижимости, предметов длительного пользования). Инвестиции — это вложение денежных средств в приобретение основных средств производства (машин, оборудования), в строительство зданий и сооружений, а также в различные финансовые инструменты. [1]

Инвестирование — это вложение денежных средств с целью получения прибыли. Для успешных инвестиций необходимы знания не только об инструментах инвестирования, но и о связанных с ними рисках.

Развитие финансовых рынков настолько расширило инструменты и способы вложения денег, что часто трудно разобраться во всем многообразии инвестиционных альтернатив. Можно вложить деньги в банк, можно самостоятельно играть на бирже, можно передать средства в индивидуальное доверительное управление и пр.

Рассмотрим, как происходит формирование сбережений у крупных фирм, мелких предпринимателей и домашних хозяйств.

Крупные фирмы делят свою прибыль следующим образом: одну часть они выплачивают акционерам, а другую часть прибыли они инвестируют в новые здания, станки, оборудования. Таким образом, вторая часть прибыли является сбережениями фирм, которые они инвестируют в расширение предприятий.



Что касается мелких предпринимателей, то они, получив доход, одну часть расходуют на личное потребление, а другую часть дохода инвестируют в свое предприятие.

Доходы домашних хозяйств также образуют сбережения, которые они могут вкладывать в акции, облигации, банковские депозиты и т. д.

Рассмотрим, с какой целью фирмы и домашние хозяйства инвестируют свои сбережения и почему их нельзя держать дома «под подушкой», сохраняя на «черный день». Зачастую люди, в силу своей финансовой неграмотности, считают, что если деньги находятся рядом с ними, что если они будут «под присмотром», то останутся в целостности и сохранности. Но необходимо понимать, что сбережения постепенно теряют свою покупательскую способность, и инфляция попросту «съедает» часть доходов населения. Люди боятся инвестировать и не готовы рисковать, однако чем выше риск, тем выше доходность.

Рассмотрим более подробно основные финансовые инструменты инвестирования.

Одним из основных вариантов вложения средств выступают банковские депозиты: они помогают сохранить накопленные деньги и при этом получить некую доходность. Очень часто люди выбирают именно этот вариант, так как здесь есть ряд достоинств, таких как простота использования, высокая ликвидность, высокая надежность. Однако и здесь есть свой минус: сбережения все равно будут обесцениваться, так как инфляция будет выше, чем годовая процент.

Наилучшими характеристиками обладают «срочные» счета с возможностью пополнения, при этом размер пополнения минимальный.

Для привлечения клиентов банки предлагают и более интересные решения: по некоторым видам вкладов существует возможность частичного снятия денег, но не ниже определенного уровня (неснижаемого остатка); выплата процентов регулярно; возможность пополнения вклада. При этом процентная ставка не сильно отличается от обычных срочных вкладов.

Итак, чем больше срок и сумма вклада, тем выше его доходность. Однако есть множество дополнительных факторов, требующих особого внимания, среди которых важнейшим является метод начисления процентов по депозитам и возможность их капитализации, то есть реинвестирования дохода по формуле сложного процента.

При вложении денег в банк следует помнить: если сумма сбережений более **700 тыс.** рублей, то стоит подумать о том, чтобы открыть несколько депозитов в разных банках. Тогда при банкротстве кредитной организации все денежные средства будут возвращены за счет системы страхования вкладов.

Основная идея работы системы страхования вкладов заключается в проведении быстрых выплат вкладчикам из независимого финансового источника в случае прекращения деятельности банка (отзыва у него соответствующей лицензии). Тем самым, не дожидаясь начала ликвидационных процедур, вкладчики гарантированно по-

лучают доступ к своим средствам. В России участие в системе страхования вкладов носит обязательный характер для всех банков, привлекающих денежные средства физических лиц.

Таким образом, использование банковских вкладов как объекта инвестирования приносит минимальный фиксированный доход с минимальным риском, лишь частично защищающий сбережения от инфляции. Поэтому банковский вклад — это больше инструмент сбережения средств.

Также безопасным вложением денег, но и менее доходным, являются облигации: государственные и корпоративные. Доход по облигациям формируется в виде купонного дохода, а также в виде разницы между ценой погашения и ценой покупки.

Акции являются уже более рискованным вложением сбережений, но доходы здесь значительно выше, чем у облигаций. Однако следует учитывать то, что если предприятие получает прибыль, то и акционеры смогут получить высокую доходность, а если предприятие окажется убыточным, то в таком случае есть возможность потерять свои вложения. Рыночная цена акции также может упасть.

Следующий способ вложения — это сделки на рынке Форекс. Но эти сделки — это, прежде всего, спекуляции, то есть покупка чего-либо по одной цене с целью продать дороже и получить выгоду. Этот способ также является рискованным, так как в случае движения рынка не в сторону игрока, кредитное плечо увеличивает убытки в десятки и сотни раз, сводя к нулю торговый счёт. Более того, в России данный вид деятельности не регулируется правовым полем.

Ещё одним из инструментов вложения своих сбережений для домохозяйств являются коллективные инвестиции, в частности паевые инвестиционные фонды. Паевые инвестиционные фонды — это объединенные средства вкладчиков, которые переданы под доверительное управление управляющей компании. Пайщики получают доход только тогда, когда обратно продают свои паи управляющей компании. Риск заключается в том, что стоимость чистых активов фонда, а значит и цена инвестиционного пая в составе имущества фонда, может как расти, так и уменьшаться, поэтому владельцы инвестиционных паев несут риск убытков, связанных с изменением стоимости паев. [2]

Для передачи в доверительное управление управляющей компании очень крупных сумм больше подойдет не коллективное инвестирование, а индивидуальное, где предусмотрен индивидуальный подход к формированию портфеля клиента.

Особый интерес среди инструментов инвестирования представляют биржевые деривативы (фьючерсы и опционы), которые позволяют получить спекулятивный доход с большим кредитным плечом, заложенным в самом инструменте.

В последние годы российский рынок предлагает также структурированные финансовые продукты с нестандарт-

ными характеристиками, позволяющими инвестору выбрать такое сочетание финансовых инструментов, которое позволит достичь желаемого уровня доходности при установленном уровне риска. [3]

Часто интерес домохозяйств вызывают финансовые пирамиды, которые привлекают своей сверхвысокой доходностью. Как известно, вложение средств в пирамиды — это проигрышный вариант, так как доход вкладчикам выплачивается за счёт вложения денежных средств новых участников пирамиды. Поэтому, когда поток новых вложений прекращается, пирамида рушится.

Таким образом, чтобы сбережения не обесценивались, а их стоимость росла, домохозяйствам необходимо свои

накопления инвестировать, при этом необходимо помнить главное правило: чем выше риск, тем выше потенциальный доход. Крупные же фирмы инвестируют в здания, станки, оборудования, чтобы увеличить в итоге прибыль фирмы.

В заключение необходимо отметить, что в нашей стране инвестирование плохо развито. Необходимо развивать эту сферу, учить людей, как правильно вкладывать свои сбережения, открывать инвестиционные форумы, повышать инвестиционную грамотность населения, для чего необходимо проводить обучающие программы, семинары. В конечном итоге, привлечение средств населения поможет повысить его жизненный уровень и поможет развитию малого бизнеса.

#### Литература:

1. Брянская государственная сельскохозяйственная академия. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bgsha.com> (дата обращения: 23.11.2014)
2. Мировая экономика. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ereport.ru> (дата обращения: 23.11.2014)
3. Полтева, Т. В., Мингалёв Н. В. Анализ финансовых инструментов инвестирования: соотношение риска и доходности // Карельский научный журнал. — 2013. — №4. — с. 33–36.

## Перспективы применения интегрированной отчетности

Постнова Анна Владимировна, студент  
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

**Ф**инансовая отчетность компаний является основным источником информации для заинтересованных пользователей о ее финансовом положении, финансовых результатах деятельности, представляя в структурированном виде показатели об активах, обязательствах, капитале, доходах и расходах [1]. В международной практике сложились неоднозначные подходы к признанию, оценке и отражению информации в отчетах, что усложняет ее восприятие различными группами пользователей. Для всех систем финансового учета характерно, что в состав финансовой отчетности включаются:

- бухгалтерский баланс (отчет о финансовом положении)
- отчет о финансовых результатах (отчет о совокупных доходах)
- отчет об изменении капитала
- отчет о движении денежных средств
- пояснения, включая основные положения учетной политики

Данные отчеты содержат ограниченный объем информации, характеризующий именно финансовую составляющую какой-либо компании. Но современные рыночные отношения требуют от хозяйствующих субъектов более детальной информации, которая была бы полезна, доступна, а главное понятна широкому кругу пользователей. Проблема заключается в том, что у заин-

тересованных пользователей нет возможности получить информацию помимо представленной в отчетах. В частности, каким образом осуществляет свою политику в той или иной сфере субъект предпринимательской деятельности, стратегию развития бизнеса и других важных аспектах. Таким образом, информация нефинансового характера может предоставить пользователям дополнительную информацию, важную для принятия экономического решения. Необходимо отметить, что ни российские, ни международные стандарты финансовой отчетности не ограничивают состав финансовой отчетности, допуская включение в отчетность информационные отчеты, полезные для широкого круга пользователей, что может быть основой для разработки интегрированной отчетности.

Предполагается, что для заинтересованных пользователей, интегрированная отчетность будет ценной, так как прежде чем принять то или иное решение, связанное, например, с инвестированием, собирается информация для понимания перспектив деятельности хозяйствующего субъекта. Для исследования перспектив развития и применения интегрированной финансовой отчетности, необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- информативность финансовой отчетности;
- концептуальные основы интегрированной финансовой отчетности.

Финансовая отчетность должна быть информативной и содержать сведения, которые необходимы пользователям для принятия экономического решения и оценки финансового положения отчитывающейся компании на дату составления отчетности и ретроспективе, а также содержать информацию необходимую для прогнозирования деятельности компании в перспективе. При этом сами отчеты должны быть понятны для пользователей и содержать пояснения, раскрывающие показатели [2, с. 12]. Но каждый пользователь финансовой отчетности нуждается в какой-то определенной информации, которая может быть не представлена в отчетности. Этот вопрос является актуальным для исследования и практики применения и в научной литературе рассматривается как конфликт интересов пользователей. В большей степени исследованием этих аспектов занимались представители англо-саксонской школы бухгалтерского учета, которые утверждали: «Каждая группа пользователей могла бы сформулировать собственные, отличные от других цели финансовой отчетности». Это является одной из основ концепции финансовой отчетности. «Общечелевая информация не предназначена для удовлетворения специфических нужд отдельных пользователей» [3, с. 88]. То есть для представителей англо-саксонской школы финансовая отчетность — это общечелевая информация, которая не может удовлетворять специфические потребности всех групп пользователей.

Российские ученые также исследовали проблематику в области информативности финансовой отчетности. Так, согласно мнению Я.В. Соколова, финансовая отчетность предоставляет собой данные, которые демонстрируют только одну составляющую деятельности хозяйствующего субъекта: финансовую, то есть «существуют границы предоставления информации пользователям финансовой отчетности» [4, с. 16]. Т.В. Морозова акцентировала внимание на читабельность отчетности как «свойстве информационного материала, характеризующем его восприятие пользователями» [5, с. 109–114]. Если какая-либо группа пользователей не получит доступ к определенной информации, то, возможно, будет принято неправильное решение в отношении какой-либо компании.

Финансовая отчетность регламентирована и имеет определенные стандарты составления и содержания; менять концепцию финансовой отчетности означает менять модели всего бухгалтерского (финансового) учета. Но компаниям для развития бизнеса необходимо привлечение интереса широкого круга пользователей и как следствие появляется необходимость расширять состав финансовой отчетности, добавляя в нее отчеты, раскрывающие деятельность всех сегментов субъекта. Например, для успеха компании на рынке необходимо привлечение покупателей, потребителей продукции. Следовательно, компании необходимо разрабатывать и предоставлять информацию, понятную именно для потребителя. Показатели финансовой отчетности для пользователя, не обладающего достаточными знаниями для ее понимания, не могут предоставить

необходимую информацию для принятия решения, и впоследствии компании будет сложно поддерживать свою конкурентоспособность, если ее потенциальный клиент будет недостаточно осведомлен о продукции или услуге. В данной ситуации возникает конфликт интересов пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности, которые не дополучают должной и достаточной, а главное понятной, доступной информации для принятия какого-либо решения. Представление интегрированной финансовой отчетности может нивелировать эту проблему. Таким образом, в российской и международной практике существуют предпосылки перехода к интегрированной финансовой отчетности. Можно выделить основные различия интегрированной и финансовой отчетности, которые представлены в таблице 1.

Попытки составления такой отчетности уже возникали, так как специалисты, занимающиеся исследованиями в области совершенствования финансовой отчетности, видели ее узкую направленность и ограниченность. Так в 2007 году на международном конкурсе по годовой отчетности Corporate Register появилась номинация «Лучший интегрированный отчет», также был представлен документ Connected Reporting Framework, в 2009 г. выпущен документ Connected Reporting «how to» guide. В 2010 г. эти наработки были переданы созданному Международному Совету по интегрированной отчетности (далее МСИО) [6]. Так интегрированная отчетность стала иметь прочную основу в лице МСИО, целью которого является разработка Международного Стандарта по интегрированной отчетности. Российские некоммерческие организации активно участвуют в разработке концепции интегрированной отчетности, в частности, была создана Российская Региональная Сеть по интегрированной отчетности (далее РРС), которая совместно с МСИО разработала проект стандарта по интегрированной отчетности, который представлен для обсуждения широкой общественности. Предполагается, что в 2015 г. данный стандарт будет признан на международном уровне [7].

На современном этапе происходит общественное обсуждение и работа над совершенствованием такого стандарта, который позволял бы охватить следующие основополагающие направления интегрированной отчетности:

- концепция;
- понятие;
- цель;
- содержание.

Уже сейчас многие хозяйствующие субъекты могут представить, какая информация является действительно важной для различных групп пользователей, поскольку концептуальная основа, цель и определение интегрированной отчетности приоритетны для раскрытия информации как финансового, так и нефинансового характера для широкого круга пользователей. «Интегрированный отчет представляет собой краткое отображение того, как стратегия, управление, результаты и перспективы организации в контексте внешней среды ведут к со-

Таблица 1. «Сравнительная характеристика информативности финансовой и интегрированной отчетности»

Финансовая отчетность	Интегрированная отчетность
Раскрытие только финансовой составляющей хозяйствующего субъекта, управление только финансовым капиталом.	Раскрытие информации о деятельности организации в целом, а также наличие информации о деятельности каждого сегмента организации, помимо финансового сегмента, о ее производственных, интеллектуальных, инновационных ресурсах.
Раскрытие информации об основных аспектах учетной политики хозяйствующего субъекта.	Предоставление данных о мероприятиях, проводимых компанией в области социальной, экологической политики и др. направлениях.
Достижение результатов прошлых лет.	Постановка стратегических целей на будущее, анализ будущих результатов, прогнозирование деятельности.
Ограниченный круг пользователей, обладающих достаточными знаниями для понимания финансовой информации.	Все группы пользователей, так как отчетность составляется не только для пользователей, обладающих достаточными знаниями для понимания финансовой отчетности, но и для лиц, заинтересованных в иной информации, отличной от финансовой.
Отчетность составляется и предоставляется в соответствии с законодательством, стандартами.	Состав и содержание отчетности утверждается по усмотрению хозяйствующего субъекта.

зданию стоимости в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе» [8].

Перспективы развития интегрированной финансовой отчетности заключаются в том, что хозяйствующий субъект сможет удовлетворить интересы всех групп пользователей, а значит, сможет вывести свою деятельность на новый уровень хозяйствования; интегрированная отчетность будет выполнять социально-значимую функцию, так как будет предоставлять информацию о роли и вкладе организации в повышение благосостояния общества, указывая внутренние и внешние результаты своей деятельности, а в современном мире это является достаточно весомым аспектом.

Уже сейчас крупные компании представляют на своих официальных сайтах интегрированную отчетность, которая представлена в различных форматах, в том числе интерактивных. В 2013 году Российская Региональная Сеть по интегрированной отчетности проводила исследование корпоративной прозрачности российских компаний, в ходе которой был выведен итоговый рейтинг качества отчетности крупнейших российских компаний.

Организаторы данного исследования утверждают: «Повышение информационной прозрачности и открытости крупных компаний для всех заинтересованных сторон является важным фактором устойчивости бизнеса и вносит существенный вклад в социально-экономическое развитие страны. Рост стоимости компаний, снижение рисков при инвестировании и повышение общественного доверия к деятельности крупнейших компаний во многом зависят от того, насколько открыто и правдиво компании раскрывают информацию о своих достижениях и проблемах, о стратегии и ее реализации, об используемых ре-

сурсах и вкладах в развитие людей, технологий, регионов. Публичная отчетность является одним из механизмов обеспечения прозрачности» [9].

То есть отчетность компаний должна быть:

- a) информативная
- b) открытая
- c) правдивая
- d) прозрачная

В исследовании принимали участие крупные компании, которые уже заняли свою особую нишу на рынке. Исследуемые компании в соответствии с текущим законодательством обязаны представлять финансовую отчетность всем заинтересованным пользователям, в том числе путем их публикации в средствах массовой информации. В их отчетности уже можно наблюдать элементы интегрированной отчетности, то есть отчеты, которые не входят в обязательный состав финансовой отчетности, но тем не менее важны для заинтересованных пользователей. Информация о публикации интегрированной отчетности для ряда российских компаний, представляющих финансовую отчетность для широкого круга пользователей в средствах массовой информации, представлена в таблице 2. В таблице компании представлены в порядке итогового рейтинга компаний, составленного Российской Региональной сетью по интегрированной отчетности.

По результатам исследования можно сделать вывод, что в настоящее время в Российской Федерации интегрированную отчетность, в основном, представляют крупные компании, действующие в нефинансовом секторе экономики. В частности в сырьевой и энергетической сфере. Такие организации как банки, мобильные телесистемы,

Таблица 2. «Интегрированная отчетность российских компаний»

Место	Компания	Элементы интегрированной отчетности (отчеты)
1	Государственная корпорация по атомной энергии «Росатом»	— Стратегия и система управления; — Эффективность управления капиталами.
2	ОАО «Опытное Конструкторское Бюро Машиностроения им. И. И. Африкантова»	— Стратегия; — Бизнес-модель.
3	ОАО «ТВЭЛ»	— Научно-техническая деятельность как основа успеха компании; — Законы устойчивого развития и социальная ответственность лидера; — Система публичной отчетности и взаимодействие с заинтересованными сторонами.
4	ОАО «Атомэнергопроект»	— Стратегия развития и приоритетные направления Деятельности; — Устойчивое развитие.
5	ОАО Нижегородская инжиниринговая компания «Атомэнергопроект»	— Стратегия; — Бизнес-модель; — Основная деятельность.
6	ОАО «Московская объединенная электросетевая компания»	— Инновационное развитие; — Человеческий капитал и социальная ответственность.
7	ОАО «Санкт-Петербургский научно-исследовательский и проектно-конструкторский институт «АТОМЭНЕРГОПРОЕКТ»	— Развитие системы управления обществом; — Условия деятельности компании и устойчивое развитие.
8	Урановый холдинг «АРМЗ»	— Безопасность, охрана труда и окружающей среды; — Персонал и социальная политика; — Инновации и управление эффективностью.
9	ОАО «Федеральная сетевая компания Единой энергетической системы»	— Обзор производственных результатов; — Социальная ответственность и устойчивое развитие; — Акционерный капитал.
10	ОАО «Нижнекамскнефтехим»	— Профиль компании; — Основные факторы риска; — Социальная ответственность.

страховые компании, негосударственные пенсионные фонды, паевые инвестиционные фонды, инвестиционные фонды также принимали участие в исследовании. Такие организации являются общественно значимыми компаниями, так как их риски распространяются на широкий круг пользователей, которые могут быть вкладчиками или страхователями. От того насколько информация в отчетности будет понятной и доступной, во многом зависит дальнейшее развитие таких компаний.

Перспективы применения интегрированной финансовой отчетности заключается в том, что расширяется круг пользователей и отчетность становится более информативной, прозрачной. Любая компания имеет возможность привлечь внимание потенциальных вкладчиков, инвесторов, кредиторов путем представления отчетности в открытом доступе, раскрытия миссии компании и стратегии ее развития, планируемых результатов и событий, достижений, политики компании в различных сферах дея-

тельности — экономической, социальной, экологической, культурной.

В заключении необходимо отметить, что интегрированная финансовая отчетность — это новое направление развития финансовой отчетности. Интегрированная отчетность позволит нивелировать конфликт интересов пользователей, для которых существует своя специфическая информация о компании, необходимая для принятия различного рода экономических решений. Необходимо подчеркнуть, что концептуальная основа интегрированной отчетности практически идентична концептуальной основе финансовой отчетности, что способствует достижению ее цели, не изменяя самой основы. Тем не менее, должно пройти достаточное количество времени, чтобы хозяйствующие субъекты оценили важность такой отчетности, а главное смогли бы адаптировать подходы к составлению отчетности, которые положительно бы воспринимались всеми заинтересованными пользователями.



Литература:

1. Международные стандарты финансовой отчетности — [http://minfin.ru/ru/accounting/mej\\_standart\\_fo/docs](http://minfin.ru/ru/accounting/mej_standart_fo/docs) (дата обращения 10.11.2014 г.)
2. Морозова, Т. В. Международные стандарты финансовой отчетности: Учебное пособие — М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. — 480 с.
3. Хендриксен, Э. С., Ван Бреда М. Ф. Теория бухгалтерского учета — Пер. с англ./Под ред. проф. Я. В. Соколова. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 576 с.
4. Соколов, Я. В. Основы теории бухгалтерского учета — М.: Финансы и статистика, 2005. — 638 с.
5. Морозова, Т. В. Восприятие информационного материала бухгалтерской (финансовой) отчетности — Институциональные аспекты бухгалтерского учета и контроля: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию кафедры бухгалтерского учета и аудита, 30 июня 2011 г.: [в 2 т.]/М-во образования и науки РФ, Гос. Образовательное учреждение высш. проф. образования «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова»; под ред. В. В. Панкова, В. И. Петровой. Москва, 2011. Том 1.
6. Официальный сайт Международного совета по интегрированной отчетности <http://ir.org.ru/ob-integririvannoj-otchetnosti/istoriya-io> (дата обращения 10.11.2014 г.)
7. Официальный сайт российской региональной сети по интегрированной финансовой отчетности <http://transparency2013.downstream.ru/#/ru> (дата обращения 12.11.2014 г.)
8. Международный стандарт интегрированной отчетности [http://edu.inesnet.ru/wp-content/uploads/2014/05/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK.docx\\_en-US-ru-RU.pdf](http://edu.inesnet.ru/wp-content/uploads/2014/05/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK.docx_en-US-ru-RU.pdf) (дата обращения 12.11.2014 г.)
9. Официальный сайт Госкорпорации Росатом <http://www.rosatom.ru/journalist/news> (дата обращения 15.11.2014 г.)

## Коррупция и теневая экономика в деятельности ФНС. Послание Президента

Прохорова Ирина Андреевна, студент  
Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)

Наличие прямой связи между размахом коррупции и масштабами теневой экономики уже множество раз подтверждалось как историческими примерами, так и современными. Поэтому сегодня можно принять уже за факт, что теневая экономика порождает коррупцию, а коррупция, в свою очередь, создает основу для расцвета теневой экономики. При этом коррупция и теневая экономика настолько сильно переплетены и взаимосвязаны, что невозможно определить, что является причиной, а что следствием. Тем не менее, в разрезе темы работы наиболее логичным будет являться уделение большего внимания явлению коррупции и рассмотрению теневой экономики как следствия.

Итак, наиболее четкое и полное определение коррупции дается в части 1 ст. 1 Федерального закона «О противодействии коррупции» от 25.12.2008 №273-ФЗ: «Коррупция — это злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды». Коррупция однозначно является сложным социальным, культурным и экономическим явлением, в той или иной степени при-

сущим всем странам мира. Однако для России коррупция представляет собой проблему особого масштаба. В 2014 году по результатам ежегодного исследования, проводимого Transparency International, Россия получила 27 б. и заняла 136 место в мире по уровню коррумпированности, поделив его с Нигерией, Ливаном, Кыргызстаном, Ираном и Камеруном [2]. Таким образом, уже на протяжении ряда лет Россия стабильно остаётся в последней трети Индекса восприятия коррупции. С чем же связано такое положение дел? Почему уровень коррупции в России настолько высок?

На мой взгляд, чтобы ответить на этот вопрос, следует рассмотреть историю зарождения коррупции в России.

Прошлое:

Проблема коррупции в России имеет многовековую историю. Однако периодом наибольшего её расцвета является конец XX века, которому следует уделить особое внимание.

Начиная с периода правления И. В. Сталина, начал зарождаться своеобразный класс государственных чиновников, жаждущих оставить что-то себе и своим детям после себя. Официальные доходы таких чиновников оставались скромными, но при этом без их разрешения заниматься бизнесом было практически невозможно. Поэтому

теневая экономика тогда, безусловно, имела место быть, однако она значительно сдерживалась жестокими наказаниями в случае разоблачения, страхом быть уличенным.

Периодом наибольшего расцвета коррупции оказалось проведение приватизации. Падение существовавшего режима привело к исчезновению тех факторов, которые ограничивали в СССР получение ренты руководителями государственных предприятий и другими чиновниками. Более того, приватизация была проведена таким образом, чтобы не дать простому населению поучаствовать в ней, в то время, как организаторам предоставлялись уникальные возможности для злоупотреблений. Таким образом, капиталом завладели и с помощью которого потом пришли к власти не совсем честные люди, изначально стремившиеся к непомерному увеличению собственного богатства.

Настоящее:

На мой взгляд, передел и жестокая борьба за власть и богатства, имевшая место быть в прошлом, продолжается и сегодня. По сути, Россия еще не достигла капитализма; находится на предшествующей капитализму ступени — в эпохе первоначального накопления капитала. Ведь именно этой эпохе свойственны высокий уровень коррупции, криминальные методы формирования капитала, до сих пор характерные для России. Этим и можно объяснить такой высокий уровень коррупции в нашей стране. Россия еще не стала в полной мере капиталистической страной, поэтому и занимает такие низкие позиции относительно других развитых стран с капиталистическим устройством во всевозможных коррупционных рейтингах. Более того, огромные размеры страны неизбежно влекут за собой трудности в управлении и контроле за деятельностью чиновников.

Теперь следует перейти к тому, что касается непосредственно текущего положения дел в налоговой сфере в отношении коррупции, в частности в деятельности Федеральной налоговой службы (далее ФНС).

Официальная российская статистика свидетельствует, что средний размер взятки, получаемой налоговым инспектором, составляет приблизительно 20 тысяч рублей. Однако практика показывает, что цифра слишком оптимистична, и в действительности речь идет о более крупных суммах.

Итак, каким же образом налоговики осуществляют противозаконные махинации?

1) Бывший руководитель антикоррупционного отдела ФНС России Сергей Василенко говорит о том, что самым «коррупционным налогом» у нас на сегодняшний день является НДС, с незаконным возмещением которого проводятся самые масштабные аферы. Обычно это происходит так: фирмы предоставляют в налоговые органы данные об участии в сделках, по которым просят возместить НДС, причем обычно в значительных размерах (в десятках и сотнях млн. рублей). Проверкой действительности совершенных операций, разумеется, занимаются представители налоговых служб; НДС возмещается. Од-

нако потом, при проведении дальнейшего расследования (очень редко) оказывается, что фирмы были типичными однодневками, никаких заявленных сделок с товарами не имело место быть. Очевидно, что за сокрытие такой информации и подтверждение законности требования возмещения средств из бюджета, налоговики, проводившие проверку, получили какой-то денежный «бонус». Без участия представителей федеральной налоговой службы подобные аферы, наносящие государству ущерб в миллиарды рублей, были бы невозможны.

Говоря о правонарушениях, связанных с возмещением НДС, нельзя не вспомнить о деле С.Л. Магнитского, которому, как многие считают, удалось раскрыть крупное налоговое преступление (аудитор, бухгалтер, юрист фонда Hermitage Capital). Погиб в СИЗО в 2009 году. Само дело является спорным по многим параметрам, но согласно информации из открытых источников, Магнитский раскрыл аферу по незаконному возврату из бюджета НДС на 5,5 млрд. рублей. Возмещение налога произошло в 28-ой инспекции федеральной налоговой службы г. Москвы. Более того, данный случай оказалась не последним для 28й налоговой. Примерно через год в той же инспекции снова был возмещен НДС из бюджета на очередную крупную сумму — 7 млрд. руб. [4].

Соответственно, можно предположить, какие потери несет бюджет страны, если одна рядовая инспекция незаконно возмещает НДС на 5–10 млрд. руб. в год. Таких инспекций в Москве насчитывается 50 штук, а субъектов Федерации на данный момент 85, и в каждом субъекте примерно по 30–50 налоговых.

2) Еще одной распространенной коррупционной схемой, используемой в налоговых органах является следующая: налоговики находят какие-либо «недостатки» в налоговой отчетности предприятия (найти легко; есть у всех) и в качестве решения проблемы предлагают компании обратиться за консультационными услугами в конкретную организацию, которая потом «поделится» с налоговиками. В отличие от первой схемы, данная схема является более «законной» и выявить её практически невозможно.

3) Так же распространено обычное вымогательство и взяточничество в обмен на невыявление каких-либо нарушений. Таких случаев очень много, однако, выявить их можно только в том случае, если компания, столкнувшаяся с такой проблемой, сама заявит о правонарушении.

В прошлом году в Казани был арестован заместитель начальника отдела выездных проверок одной из районных инспекций федеральной налоговой службы [5]. Инспектор, являвшийся руководителем группы проверяющих, занимался проверкой соблюдения налогового законодательства одного ЗАО. В результате чего сообщил руководителю ЗАО о том, что проверяющими был выявлен ряд нарушений, вследствие чего обществу грозят крупные штрафы, а самому директору — уголовная ответственность. Затем в частной беседе инспектор намекнул руководителю предприятия, что за денежное вознаграждение он готов закрыть глаза на недочеты. При полу-

чении взятки в размере 400 тысяч рублей инспектор был задержан с поличным. Таких примеров много, и с более крупными суммами.

Рекордная сумма взятки, полученной представителем Федеральной налоговой службы РФ, составила более 1 млн. долл.

Помимо налоговой службы, санэпидемстанции — также не самые желанные гости для руководителей компаний, особенно для предприятий розничной торговли и общепита. Как правило, даже в самой благополучной фирме всегда есть к чему придраться. Так же не любят иметь дело российские компании и с пожарными инспекциями, которые имеют право проверить любую организацию. По сути, пожарная инспекция может придраться буквально к чему угодно (даже к стороне, в которую открывается дверь). Пожарная инспекция и санэпидемстанция, как и налоговые службы, относятся к контролирующим органам, которые, в свою очередь, так же коррумпированы.

О необходимости новых подходов к работе надзорных органов как раз говорил в своем послании Федеральному Собранию В. В. Путин. Он отметил, что по-прежнему доминирует обвинительный уклон. Вместо того чтобы пресекать отдельные нарушения, закрывается дорога, создаются проблемы для тысяч законопослушных граждан.

Его непосредственным предложением по решению данного проблемного для России вопроса является максимальное снятие ограничений с бизнеса, которое избавит его от навязчивого надзора и контроля. В частности, В. В. Путин предлагает:

— сделать все проверки публичными (с 2015 года будет запущен специальный реестр с информацией о том, какой орган и с какой целью инициировал проверку, а так же какие результаты были получены по ее итогам). С точки зрения Президента это позволит отсеять заказные визиты контролёров.

— отказаться от самого принципа тотального, бесконечного контроля, а именно отслеживать ситуацию только там, где действительно есть признаки или же риски нарушений. Так же Президент отмечает, что проверяющих органов на данный момент настолько много, что если каждый из них придёт, то можно закрыть любую фирму. Поэтому В. В. Путин предлагает перейти к системе ограничений проверок.

— предусмотреть для малого бизнеса надзорные каникулы. Если предприятие приобрело надёжную репутацию, не имело существенных нареканий в течение последних 3 лет, то следующие 3 года плановых проверок в рамках государственного и муниципального контроля можно вообще не проводить.

Очевидно, что Президент РФ признает большие масштабы коррупции в нашей стране и уделяют этому вопросу особое внимание. Можно сказать, что основной

целью всех перечисленных им мер является не тотальное уничтожение коррупции, но постепенное ее сокращение. По сути, жесткую позицию относительно недопущения коррупции В. В. Путин высказал только по отношению к сфере гособоронзаказа. По всем остальным видам деятельности его высказывания и предлагаемые мероприятия имели менее четкий и более мягкий характер. Однако его позиция вполне объяснима и логична. Поскольку на него оказывает воздействие большое число групп влияния, он не может действовать полностью в интересах лишь только населения, должен учитывать еще и интересы, так называемой, элиты.

Безусловно, многие считают, что предложенные им меры носят и спорный характер. В частности, надзорные каникулы для малого бизнеса могут привести к негативным последствиям. Отсутствие контроля может спровоцировать фирмы на совершение правонарушений и, как следствие, увеличение теневого сектора экономики.

Будущее:

Проблема коррупции в России является одной из самых серьезных и трудноустраняемых. У населения уже выработалась такая привычка, как высокая терпимость к коррупции, сформировалось некое снисходительное отношение к ней. Коррупция приобрела системный характер и стала массовым социальным «недугом» нашей страны, затронув все сферы жизни общества: политическую, экономическую, судебную и правоохранительную, образовательную, сферу социальной защиты, медицинскую, инвестиционную сферы, сферу международной торговли и даже сферу самой борьбы с коррупцией. Нарушение законов давно стало повсеместной практикой, и, к сожалению, прежде всего, со стороны представителей властей и крупного бизнеса.

Налоговая сфера — особенно «ранимая» область государственной деятельности. Попытки чрезмерного давления, «закручивания гаек» и другие методы служебного, административного и уголовного воздействия, как правило, не приводят к значительным результатам. Тем не менее, наводить порядок в таких крупных и значимых контролирующих органа, как ФНС, где регулярно выявляются факты коррупции, безусловно, нужно. Однако делать это следует все же осторожно, чтобы ненароком не усугубить и так непростое положение дел.

Соблазны, особенно материальные, являются ментальностью любого человека, совсем не только россиянина. Вопрос заключается в воспитании, образовании, в том, что мы привыкли видеть каждый день и считаем нормой. Наиболее вероятно, что, какие меры бы сейчас не предпринимались, искоренить коррупцию в ближайшее время не получится. Должны пройти многие годы, должно измениться сознание людей, прежде чем кардинально изменится ситуация.

Литература:

1. Федеральный закон от 25.12.2008 «О противодействии коррупции» №273-ФЗ. Часть 1, статья 1.

2. Центр Антикрупционных исследований и инициатив // URL: <http://www.transparency.org.ru>
3. Официальное интернет-представительство Президента России в сети Интернет // URL: <http://www.kremlin.ru/news/47173> (дата обращения: 11.12.2014)
4. «Всё о коррупции в России» // URL: <http://kogrossia.ru/>
5. Министерство внутренних дел по республике Татарстан // URL: <http://mvd.tatarstan.ru/rus/info.php?id=571086> (дата обращения: 11.12.2014)

## Методы стимулирования продаж в сфере B2C в современных условиях российского малого бизнеса

Разувакина Валерия Николаевна, специалист по маркетингу клиентов  
Центр Внедрения ПРОТЕК (г. Москва)

*Представленная статья посвящена обзору действующих методов продвижения товаров и услуг в сфере малого бизнеса на территории РФ. Бизнес формат B2C предполагает взаимоотношения между фирмой, предоставляющей товар и услугу, и непосредственно конечным потребителем. Данная статья актуальна для компаний, общий штат сотрудников которых составляет не более ста человек. В логической последовательности отмечается, тот факт, что именно маркетолог формирует предложение по продвижению, которое стимулирует продажи в целях получения намеченной прибыли. Как инструмент продвижения дополнительно используются электронные технологии Интернета и POS-продукция, которые требуют предварительного финансового планирования и, как следствие, формирования маркетингового бюджета.*

**Ключевые слова:** малый бизнес, маркетинг, ценовая политика, партнерство, выставка, сотрудничество, POS-материалы, Интернет.

## Ways to stimulate sales in the field of B2C in the present conditions of the Russian small businesses

Valeriya N. Razuvakina, Customer Marketing Specialist  
Protek Implementation Center (Moscow)

*As the name implies, this article is devoted to the review of existing methods of promoting goods and services in the sphere of small business on the territory of the Russian Federation. Business B2C format assumes the relationship between the company provides goods and services directly to the end consumer. This article discusses the business with the General staff of employees is not more than a hundred people. In a logical sequence reveals that it marketer forms the offer on promotion, which stimulates sales in order to obtain the planned profit. As a tool for promotion of advanced use of electronic technologies of the Internet and POS products, which require money.*

**Keywords:** small business, marketing, pricing policy, partnership, exhibition, cooperation, POS-materials, Internet.

Как известно, рост национальной экономики невозможен без поступательного развития малого бизнеса. Достаточно низкая доля малого бизнеса в валовом внутреннем продукте требует пристального внимания к увеличению гибкости в использовании маркетинговых технологий для более результативного использования скрытых резервов любой компании при освоении привлекательных целевых сегментов сбыта.

Малый бизнес — основа экономики России, чем активнее развивается малый бизнес, тем устойчивее и здоровее экономика России. Сегодня в стране создана нормативно-правовая база, регулирующая предприни-

мательскую деятельность. Определены цели и задачи государственной политики в области малого предпринимательства. Разработаны механизмы реализации целевых установок и созданы структуры, воплощающие их в жизнь. Сформирована сеть сервисных организаций, предоставляющих малым предприятиям образовательные, информационные, консультационные, финансовые услуги.

Как правило, в сфере малого бизнеса доминирует семейный бизнес или бизнес нескольких друзей, которые, проработав в данной сфере некоторое количество времени, решили открыть собственное дело. Количество сотрудников в штате со временем может достигнуть ста человек.



Такое количество сотрудников, скорее исключение, чем правило, и достигается за счет сдельных работников или работников на freelance, как наименее затратной рабочей силы.

Рассматриваемый нами бизнес не продает принципиально новых товаров (того, что не могли бы продать конкуренты). Основным конкурентным преимуществом данного бизнеса является сопровождающие товар услуги: наличие доставки, гарантий, поддержки эксплуатации, выгодного месторасположения.

Примерами данных компаний могут служить предприятия несетевого или мелко сетевого характера: парикмахерские, фитнес клубы, интернет магазины, ремонтные мастерские и т.д. Как правило, маркетинговый бюджет таких предприятий формируется по факту продажи товара. Когда клиент покупает товар, он получает скидку, бонус, дополнительную услугу и т.д., в том размере, в котором компания в данный момент готова выделить на маркетинг.

У маркетолога данного предприятия нет заранее сформированного бюджета, который ему надо как можно эффективнее распределить. Поэтому до последнего дня остаются нерешенными многие проблемы продвижения корпоративных услуг из-за неполного использования инструментов маркетинга в области: ценовой политики; создания механизма партнерства; продвижения в интернете; использования POS-материалов; активизации мастер-классов; организации сотрудничества и участие в выставках для успешного позиционирования.

Рассмотри инструменты продвижения товара (услуги) на предприятия малого бизнеса:

**1. Ценовая политика.** Универсальный способ продвижения для всех типов бизнеса. Предоставление скидки, акции формата N+M (десятая мойка машины бесплатно), скидка на единовременный крупный закуп и так далее. Для предоставления такого вида скидок необходимы самые выгодные контракты с поставщиками товаров, что бы можно было предоставить более глубокую скидку, чем могут позволить себе конкуренты. Также касается и контрактов на расходные материалы фирм, предоставляющих услуги.

**2. Партнерство.** Самый эффективный и самый малозатратный способ продвижения на наш взгляд. Партнером, может стать кто угодно, кто готов за определенную плату привести к вам новых клиентов. В России в рассматриваемой сфере сумма вознаграждения может достигать до 40% от суммы покупки привлеченного клиента. Партнерами могут стать клиенты компании, которые приведут знакомых. Так, за то, что клиент приводит друга, который покупает абонемент в фитнес-клуб, он получает скидку на свой собственный абонемент. Партнерами могут быть другие фирмы, в смежных областях, которые посоветуют своим клиентам данную фирму (партнерство фирм продающих оборудование и фирм устанавливающих это оборудование).

Партнерство может сделать человеческий фактор главным источником прибыли. Так магазины сувениров

заклучают подобные договора с гидами, которые привозят туристов именно в данный магазин и гид получает % с суммы оставленной его туристами. Насколько настойчиво гид рекламирует своим туристам именно этот магазин и настаивает на том, что все покупки были совершены именно в нем, напрямую повлияет на его доход.

**3. Продвижение в интернете.** Наиболее доступный и характерный вид продвижения для данного вида бизнеса. Рассмотрим некоторые виды:

**Сайт.** Только ленивый сейчас не имеет сайта в интернете и не информирует о новинках и изменениях в продукции на нем. Это главный способ поддержания интереса к своей продукции. Необходимо учитывать, что помимо регулярного обновления сайта — информации, нововведений; как минимум каждые три года дизайн сайта необходимо полностью обновлять, иначе, морально устарев, ваш сайт будет вызывать у клиентов сомнения, что вы финансово стабильный и надежный партнер.

**Реклама** — баннеры, видео, продвижение сайта компании по платным ссылкам, публикации информационных статей в журналах и так далее. Представитель малого бизнеса всегда найдет здесь доступный вариант. Данная реклама предоставляет статистику, которая позволяет оценить количество посетителей и реальных обращений. Тут тоже возможны варианты партнерства: популярный блоггер, который посоветует ваш продукт своим читателям за определенный процент от стоимости покупки человека, пришедшего через данный блог.

**The webinars** — это современный бюджетный способ продвижения продукции для малого бизнеса. Это своего рода on-line тренинг или конференция, на которой производится представление и реклама продукта, в тоже время проводится его продажа. Стоимость площадки для такой конференции до 100 человек составит до 1000 рублей. Здесь активной поддержкой выступают другие средства продвижения: предварительная e-mail рассылка с целью выявления спроса, предварительная e-mail рассылка с рекламой предстоящего мероприятия, скидка на покупки для участников во время трансляции, реклама бегущей строкой. Осуществляются не только продажи, но и привлекаются новые партнеры. Запись конференции можно использовать в дальнейшем в качестве рекламы в e-mail рассылке, подогревающей интерес к другим *webinaram*.

**E-mail рассылка** содержит информацию о новинках и предложениях, купоны на скидки, «разогревающее» перед проведением the webinar видео, анкеты и опросы, выявляющие спрос потребителей. Так же позволяет корректировать данные об активной клиентской базе.

**Анкетирование и опросы** — инструменты, которые сами по себе не являются способом продвижения, однако необходимы для выявления потенциального спроса и причин утечки клиентов. Возможные способы проведения: на сайте, непосредственно при личном контакте продавец — покупатель, по e-mail рассылке.

**Продвижение в социальных сетях.** (*ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram и т.д.*)



Мощным оружием при данном способе продвижения являются партнеры, готовые за % от продаж, продвигать компанию на своих страницах, а так же сами клиенты публикующие у себя на страницах фотографии и создающие таким образом «сарафанное радио». Многие виды данного малого бизнеса существуют исключительно за счет этого вида ресурсов, осуществляя свои продажи и рекламу прямо в собственных группах, не используя другие виды продвижения. Например, предприниматели, которые продают украшения одного-двух дизайнеров. Количество подписчиков на группу создает колоссальную клиентскую базу, открытую к рекламе. Салоны красоты, публикующие фотографии своих клиенток после процедур, создают моментальный спрос на данную процедуру.

**Sms-рассылка** Сегодня это бюджетный вариант рекламы, существует множество фирм желающих сделать веерную рассылку с рекламой вашего предприятия. Данный метод используется при продвижении продуктов или услуг массового спроса, рассылка осуществляется по общей справочной базе. Для продвижения дорогостоящих продуктов, компании делают sms-рассылку только по имеющейся у них базе клиентов, в противном случае данный вид продвижения не окупается.

**4. POS-материалы (вывески, плакаты, листовки, купоны, визитки).** Это чаще всего сопроводительные-информационные материалы, помогающие в выбранном способе продвижения. Они так же могут быть и самостоятельными способами продвижения — раздача листовок у метро ростовыми куклами, стрелки на асфальте, указывающие направление к офису, листовки, расклеенные на информационных стендах района, где находится компания. Эффективность работы ростовой куклы зависит от аниматора, который чаще всего не замотивирован в продажах (не является партнером), поэтому затраты оказываются значительно выше, чем эффект, в то время как объявление на автобусной остановке о курсах английского языка в местной школе, привлечет значительно больше новых клиентов на эти курсы.

**5. Мастер-классы.** Всегда затратный способ продвижения. Необходимо организовать предварительную

рекламу (в интернете или по средствам раздачи листовок); собрать обратную информации о людях, планирующих посетить мероприятие; подготовить кейтеринг для гостей; печатную информацию с описанием и прейскурантом предлагаемых услуг; необходимо предоставить скидку всем посетителям. Бюджетным аналогом данного предприятия является Webinar, тем более что его суть исключает возможность посещения лицами, не попадающих в круг потенциальных покупателей. Однако, мастер-класс позволяет организовать личный контакт продавец-покупатель и предоставить потенциальному покупателю бесплатный образец, что в некоторых случаях очень актуально.

**6. Сотрудничество.** Сотрудничество предполагает привлечение экспертов или другие авторитетные фирмы в данной или смежных областях, для продвижения продукта. Например, фирма продающая курсы самообороны, может привлечь для сотрудничества фирму занимающуюся реализацией препаратов для здоровья. Организовав совместный webinar, они поделят расходы по проведению, при этом каждый расширит клиентскую базу на список клиентов другой компании.

**7. Выставки.** Чаще всего для данного вида бизнеса слишком затратно личное представление на выставке. Однако, посещение таких мероприятий необходимо, для поиска новых партнеров, способов сотрудничества и поддержания знаний о новинках в собственной сфере.

К сожалению, невозможно дать универсальный ответ на вопрос: какие способы продвижения для предприятий малого бизнеса самые эффективные. Мы постарались расположить их в порядке убывания эффективности, как правило, для большинства видов малого бизнеса. Можно заметить, что в данном случае эффективность и затратность способа продвижения обратно пропорциональны: с уменьшением эффективности продвижения, растет затратность рассматриваемого способа продвижения. Однако, у каждого предприятия свои нюансы ведения бизнеса и вычислить самый эффективный способ продвижения для конкретного можно только опытным путем и ведением статистики.

#### Литература:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга/Ф. Котлер. — М.: Прогресс, 2010.
2. Маркетинговые коммуникации: Учеб. пособие/Романов А. А., Синяева И. М., Поляков В. А. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011.
3. Алборова, А. «ИМК». [Электронный ресурс]: [Больше, чем просто маркетинг]/А. Алборова — Режим доступа: <http://www.btlregion.ru/stat/raznoe/87/index.htm>

## Образовательная услуга как общественное благо

Рацлаф Анастасия Александровна, кандидат экономических наук, доцент;  
Ершова Виктория Юрьевна, студент;  
Кузнецова Мария Николаевна, студент  
Оренбургский государственный педагогический университет

*В статье даются определения образовательной услуги, раскрывается понятие образовательной услуги как общественного блага.*

Существование общественного сектора экономики преимущественно вызвано наличием общественных благ. Образование, обладающее всеохватывающим характером и способностью проникать почти во все сферы общественной жизни и разные стороны человеческой деятельности, воздействующее на разные объекты, явления и процессы социальной жизни, которое дает им возможность с той или иной степенью результативности влиять на общее состояние дел в обществе, регулировать и контролировать их.

Отдельное место среди разнообразных услуг, реализуемых как на мировых рынках, так и на национальных, захватывающие образовательные услуги, обладающие большой социальной значимостью. Рынок образовательных услуг, с точки зрения структуры экономики, относится к непроемлемому сектору, доля которого в развитых странах превышает 50%.

Многоаспектность употребления категории «образовательная услуга» в различных отраслях знаний породила целый ряд её определений. Рассмотрим некоторые из них.

В исследованиях Даниловой Т.В. образовательная услуга рассматривается как объединение результатов образовательного процесса и сопровождающих его вспомогательных процессов, которая представлена высшими образовательными учреждениями на рынке образовательных услуг и непосредственно направленных на удовлетворение установленных и предполагаемых образовательных потребностей конкретного потребителя [3, с. 21].

По утверждению Бурденко Е.В. под образовательной услугой понимается «...полезный вид труда, который непосредственно удовлетворяет потребность человека в образовании и как материально-вещественный продукт позволяющий удовлетворить образовательную потребность человека самостоятельно (обучающие программы, учебники, пособия и др.)» [2, с. 13].

Лукашенко М. рассматривает образовательную услугу как совокупность целесообразной деятельности, которая удовлетворяет потребность индивида в образовании, и промежуточных образовательных продуктов в форме вещи, которая сопровождает такую деятельность [5, с. 15].

Итак, образовательные услуги представляются как средство удовлетворения познавательной потребности человека и потребности в профессионально-квалификационной подготовке.

В Законе Российской Федерации «Об образовании» рассматривается такое определение образования, как «...целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, который сопровождается констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов)». Так же в законе указывается «право на образование является одним из основных и неотъемлемых конституционных прав граждан Российской Федерации» [11].

Иначе говоря, образование определяется как: «...общественно значимое благо, под которым понимается целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, семьи, общества, государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенций, определенных объема и сложности». [7]

Итак, каждый человек является потенциальным потребителем образовательных услуг как бесплатных, которые закреплены Конституцией РФ, так и платных, представляющиеся различными субъектами рынка образовательных услуг.

Экономика определяет общественное благо как то, которое люди потребляют, при этом, не ущемляя возможность его потребления другими. Общественное благо в чистом виде встречается очень редко и обычно предоставляется государством.

Если рассматривать образовательные услуги в рамках теории общественных благ, то они являются квазиобщественными благами — благами, по поводу которых возможны ограниченные исключение и конкуренция [4, с. 37–39].

Образовательная услуга как общественное благо является неисключаемым только до некоторого порогового уровня, после которого наступает нехватка данного блага для всех, то есть происходит перегрузка (потребление блага после этого уровня одним человеком будет исключать другого из потребления или уменьшать возможность потребления).

Иную позицию занимает Якобсон Л.И., который относит образовательные услуги к благам, которые обладают особыми достоинствами. Он рассматривает образовательную услугу как частное благо, потребление которого общество в целом желало бы сделать обязательным для всех своих членов.

Для этих благ являются характерными положительные экстерналии. Именно это и будет обуславливать целесообразность их общественного финансирования. Их не всегда возможно отделить от смешанных. С точки зрения возможности исключения и степени использования данного блага, образование как совокупность образовательных услуг потребляется и используется строго индивидуально [10].

Образовательная услуга как общественное благо является социально-значимым, то есть в процессе его потребления возникает положительный внешний эффект.

Потребление образовательной услуги многочисленной частью общества подразумевает повышение культурного уровня населения, снижение преступности и расширение перспектив занятости общества. [9, с. 28].

Общественным благам отводится в национальной экономике значительное место. Их адекватная трактовка, управление их производством, распределение и потребление являются залогом эффективного функционирования и развития национальной экономики. В настоящее время среди ученых нет единого мнения

о том, что понимать под термином «общественное благо».

Поддержание знаний и образования как глобального общественного блага является основной задачей для России и международного сообщества, способствующей улучшению качества жизни населения.

Итак, общественные блага — товары, работы и услуги, призванные удовлетворять коллективные потребности, которые нельзя измерить в денежной форме и которые в связи с этим не может дать рынок.

Спецификой образовательных услуг является то, что, по мнению большинства специалистов, они относятся к категории «общественных благ». Образовательная услуга как общественное благо является неисключаемым только до некоторого порогового уровня, после которого наступает нехватка этого блага для всех, то есть происходит перегрузка (использование блага после этого уровня одним человеком будет исключать другого из потребления или уменьшать возможность потребления). Большинство исследователей относят данные услуги к категории «квазиобщественное благо».

#### Литература:

1. Аракелян, С. М., Демидов К. В., Сергеев А. Г. Система мониторинга, анализа и прогнозирования развития образования и образовательных услуг в РФ: сб. науч. трудов. В 2 т. М., 2002. Т. 1. с. 205—217.
2. Бурденко, Е. В. Права работника. — М.: ИИЦ МГУДТ, 2006.
3. Данилова, Т. В. Методика оценки конкурентоспособности вузов/Качество и конкурентоспособность в XXI веке: материалы V Всероссийской научно-практической конференции. — Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2006. — с. 55—61.
4. Ламперт, Х. Социальная рыночная экономика. Германский путь/Х. Ламперт. — М.: Дело Лтд, 1994. — 225 с.
5. Лукашенко, М. Маркетинг и PR в учебном заведении //Высшее образование в России, 2002. — №4. — с. 32—40
6. Национальный офис Темпус в РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tempus-russia.ru/erasm.htm> (дата обращения 10.04.2013).
7. Образование для инновационных обществ в XXI веке [Электронный ресурс] // Официальный сайт Председательства Российской Федерации в «Группе восьми». URL: <http://g8russia.ru/docs/12.html> (дата обращения:10.04.13).
8. Самуэльсон, П. Экономика/Пер. с англ. В. Д. Антонова, О. Г. Клесмет, А. К. Криворотченко и др. — М.: НПО АЛГОН; ВНИИСИ; Машиностроение, 1993; Дорфман Р. Математическое или «линейное» программирование: нематематическое представление/Пер. с англ. Г. А. Медведева // Вехи экономической мысли/Сост. и общ. ред. В. М. Гальперина. — СПб., 1999.
9. Сланченко, Л. И., Валькович О. Н. Проблемы улучшения качества жизни // Экономика устойчивого развития. 2011. №8.
10. Якобсон, Л. И. Экономика общественного сектора. — М., 1996. — с. 39.
11. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 21.10.2014).

## Обеспечение собственной финансовой безопасности коммерческим банком

Рыбак Варвара Сергеевна, студент магистратуры  
 Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)

По данным Центрального Банка Российской Федерации (далее — ЦБ РФ) число кредитных организаций, имеющих право на осуществление банковских операций, с 2005 года изменилось с 1299 кредитных организаций до 923 (данные на начало 2014 года). Данную динамику и другие отдельные показатели деятельности кредитных организаций можно увидеть в Таблице 1.

Такая динамика связана с экономической политикой государства, нацеленной на уменьшение кредитных ор-

ганизаций для возможности более детального контроля банковской деятельности. Как следствие такой политики, регулятором вводятся новые требования и корректируются более строго старые требования для подтверждения или получения лицензии на осуществление банковских операций, проводятся частые проверки кредитных организаций, ведется постоянный контроль их деятельности.

Кредитной организации для привлечения клиентов (вкладчиков и заемщиков) необходимо иметь хорошую ре-

Таблица 1. Структура и отдельные показатели деятельности кредитных организаций (на начало года)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число кредитных организаций, имеющих право на осуществление банковских операций — всего	1299	1253	1189	1136	1108	1058	1012	978	956	923
в том числе:										
имеющих лицензии (разрешения), предоставляющие право на:										
привлечение вкладов населения	1165	1045	921	906	886	849	819	797	784	756
осуществление операций в иностранной валюте	839	827	803	754	736	701	677	661	648	623
генеральные лицензии	311	301	287	300	298	291	283	273	270	270
проведение операций с драгметаллами	182	184	192	199	203	203	208	207	211	209
Число кредитных организаций с иностранным участием в уставном капитале, имеющих право на осуществление банковских операций	131	136	153	202	221	226	220	230	244	251
Число филиалов действующих кредитных организаций на территории Российской Федерации — всего	3238	3295	3281	3455	3470	3183	2926	2807	2349	2005
из них:										
Сбербанка России	1011	1009	859	809	775	645	574	524	239	95
Зарегистрированный уставный капитал действующих кредитных организаций, млн. руб.	380,5	444,4	566,5	731,7	881,4	1244,4	1186,2	1214,3	1341,4	1463,9
Депозиты, кредиты и прочие привлеченные кредитными организациями средства, млрд. рублей — всего	3501,9	5152,3	7738,4	11569,0	14573,4	16159,4	19729,8	24944,9	28781,7	32794,6
Кредиты, депозиты и прочие размещенные средства, предоставленные организациям, физическим лицам и кредитным организациям, млрд. рублей — всего	4373,1	6212,0	9218,2	13923,8	19362,5	19179,6	21537,3	27911,6	32886,9	38767,9

путацию на финансовом рынке, а так же предлагать конкурентные условия предоставления услуг. Одним из основных критериев стабильной работы банка является соблюдение его финансовой безопасности.

Обеспечение финансовой безопасности коммерческим банком заключается в крепкой капитальной базе, ликвидности и платежеспособности банка, качестве его активов, качественном менеджменте.

Наиболее важным показателем надежности банка является достаточность капитала. Капитал является амортизационной подушкой для банка, которая позволяет банку продолжать функционировать, выполняться свои операции, несмотря на потери. Капитал банка — это гарант его надежности и кредитоспособности. Если банк хочет увеличить размер выдаваемых ссуд, то в первую очередь он должен увеличить размер собственных средств. Для оценки показателя достаточности капитала рассчитывается норматив достаточности собственных средств (капитала) — Н1. Минимальное значение, установленное Банком России, не может снижаться ниже 10%. Норматив достаточности капитала рассчитывается как соотношение собственных средств (капитала) и активов банка, скорректированных следующим образом:

— во-первых, активы берутся за вычетом резервов, уже созданных по этим активам;

— во-вторых, все активы банка делятся на пять групп риска, у каждой группы свой поправочный коэффициент в зависимости от уровня риска (значение коэффициентов варьируется от 0 до 1,5). Сумма активов по каждой группе умножается на соответствующий коэффициент.

Точную формулу для расчета норматива достаточности собственных средств (капитала) и поправочные коэффициенты можно посмотреть в Инструкции ЦБ РФ 139-И.

Если норматив достаточности собственных средств (капитала) банка будет составлять меньше 2%, то регулятор будет обязан отозвать лицензию у банка. Данные по этому нормативу предоставляются кредитными организациями ежемесячно в отчетности форма 135. В крупные, стратегически важные для государства, банки РФ регулятором были направлены проверяющие, которые на еженедельной основе следят за соблюдением данного норматива.

Следующим показателем надежности банка является ликвидность кредитной организации. Этот показатель описывают три норматива:

— норматив мгновенной ликвидности банка (Н2), минимальное значение которого, согласно ЦБ РФ, может быть равно 15%, показывает отношение высоколиквидных активов банка к пассивам по счетам до востребования, ограничивает риск потери ликвидности банка в течение одного операционного дня;

— норматив текущей ликвидности банка (Н3), минимальное значение которого, согласно ЦБ РФ, может быть равно 50%, показывает отношение ликвидных активов банка к пассивам по счетам до востребования и сроком до 30 календарных дней, ограничивает риск потери ли-

квидности банка в течение ближайших к дате расчета норматива 30 календарных дней;

— норматив долгосрочной ликвидности банка (Н4), максимальное значение которого, согласно ЦБ РФ, может быть равно 120%, показывает отношение кредитных требований банка с оставшимся сроком до даты погашения свыше 365 или 366 календарных дней, к собственным средствам (капиталу) банка и пассивам с оставшимся сроком до даты погашения свыше 365 или 366 календарных дней, ограничивает риск потери банком ликвидности в результате размещения средств в долгосрочные активы.

Вместе с понятием ликвидности банка важно рассмотреть платежеспособность банка. Ошибочно считать, что наличие ликвидных активов банка всегда гарантирует возможность банка быть платежеспособным по своим обязательствам. У любого коммерческого банка часть средств находится в кассе банка и на корреспондентском счете ЦБ РФ. Но данные активы не приносят доход банку, поэтому держать большие суммы на этих счетах банку невыгодно. В случае паники на рынке или появления какой-то негативной информации о банке может возникнуть неблагоприятная ситуация для банка. Все вкладчики начнут переводить свои средства из конкретного банка в любой другой или просто снимать деньги со счетов, вследствие таких действий банк может оказаться неплатежеспособным по всем своим обязательствам. Но и отсутствие ликвидных активов не всегда говорит о неспособности банка платить по своим обязательствам, так как существует возможность взять кредиты у других банков и тем самым расплатиться по своим обязательствам перед клиентами, но при этом имея большие проблемы с ликвидности.

Грамотное управление ликвидностью банка позволяет предотвратить и устранить недостаток ликвидности или излишки ликвидности. В общем случае недостаток ликвидности может привести к неплатежеспособности банка, а излишки ликвидности негативно повлиять на доходность банка.

Для оценки качества банковских активов их структурируют по нескольким категориям. Во-первых, активы состоят из капитальных и текущих статей. Капитальные статьи активов — земля, здания, принадлежащие банку; текущие — денежная наличность банков, учтенные векселя и другие краткосрочные обязательства, ссуды и инвестиции. С точки зрения ликвидности и прибыльности выделяют четыре группы банковских активов.

Первая группа банковских активов — первичные резервы. Это самые ликвидные активы, которые могут быть немедленно использованы для выплаты изымаемых вкладов и удовлетворения заявок на кредиты. Сюда входят чеки и другие платежные документы в процессе инкассирования, средства на корреспондентских счетах в других коммерческих банках. Такие активы не приносят дохода, но служат главным источником ликвидности банка.

Вторая группа активов — вторичные резервы. Это приносящие небольшой доход, но высоколиквидные активы, которые с минимальной задержкой и незначи-



тельным риском потерь можно превратить в наличные. К ним относятся векселя и другие краткосрочные ценные бумаги, ссуды до востребования и краткосрочные ссуды первоклассным заемщикам. Основное назначение данной группы активов — служить источником пополнения первичных резервов.

Третья и самая важная часть банковских активов — портфель банковских кредитов. Банковские ссуды — наиболее доходные, но самые рискованные активы. Данная группа активов — главный источник прибыли банка.

Четвертую группу банковских активов образует инвестиционный портфель. Формирование портфеля ин-

вестиций преследует две цели: приносить банку доход и быть источником пополнения вторичных резервов по мере приближения сроков погашения долгосрочных ценных бумаг и превращения их в краткосрочные ценные бумаги.

И последним важным критерием для обеспечения финансовой безопасности коммерческого банка является грамотный банковский менеджмент. Высокий уровень менеджмента предполагает наличие квалифицированных специалистов и рациональной организационной структуры банка, позволяющей на должном уровне решать стратегические и текущие задачи банка.

Литература:

1. Инструкция Банка России от 03.12.2012 N 139-И (ред. от 30.09.2014) «Об обязательных нормативах банков» (Зарегистрировано в Минюсте России 13.12.2012 N 26104).
2. Н. П. Белотелова, Ж. С. Белотелова. — 4-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 400 с.
3. www.cbr.ru.
4. www.profbanking.com.

## Ситуация неопределённости в России

Скоморохова Ирина Олеговна, студент;

Цуркан Анастасия, студент

Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

2014 стал совершенно неожиданным для всего мира. Политические события, происходящие сегодня, оказали огромное влияние на развитие экономик многих государств. Исключением ни стала и Россия. И сейчас, всю страну волнуют такие вопросы: как изменится курс доллара и евро к рублю, какова будет величина инфляции на российском потребительском рынке, как изменится ситуация с ценами на нефть и газ.

Подходит к концу 2014 год, что же он нам принес? На наш взгляд, наиболее заметным экономическим событием стало резкое замедление российской экономики, дошедшее до спада. МВФ еще в начале мая снизил прогноз роста российской экономики с 1,3% до 0,2% [1], т. е. почти в шесть раз. Мотивировал МВФ свое решение тем, что речи даже не может идти о росте: настоящее положение российской экономики — рецессия. Значительно замедлились темпы российского экономического роста: до глобального финансового кризиса, которые составляли в среднем 7% годовых, а после кризиса в 2010–2012 годах снизились в среднем до 4%. Хотелось бы отметить тот факт, что эти 7% позволили России попасть в список стран БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР), т. е. стран, обладающих наиболее быстрорастущими экономиками.

Но, это довольно-таки закономерно — за последние годы темпы российской экономики стремительно сни-

жались. Если в 2010 году рост составлял 4,5%, то уже в 2013 году он был равен 1,3%. При этом положение российской экономики показывал такой показатель, как оборот розничной торговли. В 2009 году он упал на 5,1%, в 2010-м вырос на 6,5%, в 2011-м — на 7,1%, в 2012 году темпы прироста упали до 6,3%, а в 2013-м составили всего 3,9% [2]. Примерно такие же темпы сохранились и в первом полугодии 2014 года. Несравнимо с 14,1% и 16,1%, показанными в 2006 и 2007 годах [2].

На наш взгляд, значительное влияние на переход России от экономического роста к спаду оказало заметное ускорение инфляции. В ноябре 2014 года инфляция еще более увеличилась, потому что наблюдался рост цен. Введенный в этом году запрет на импорт продовольствия, вызвал усиление инфляционного давления, что уже привело к превышению поставленного показателя по инфляции на 2014 год, установленного Банком России. Таким образом, накопленная инфляция с начала года превысила официальный прогноз Минэкономразвития на 2014 год — 7,4%.

Среднесуточный прирост цен с начала ноября 2014 года, по оценке Росстата, был более чем в два раза выше аналогичного показателя прошлого года и составил 0,041% против 0,019% в тот же период 2013 года. В октябре 2014 года среднесуточный прирост цен составлял 0,026%.

За прошедшую неделю гречка подорожала на 7,8%, сахар-песок — на 1,7%, яйца — на 1,1%, мясные консервы, мороженая рыба, творог, сыры, рис, чай, карамель и шоколадные конфеты — на 0,4–0,6%. Одновременно цены на свинину снизились на 0,7%.

Прирост цен на плодоовощную продукцию в среднем составил 1,5%, в том числе на капусту — 5%, помидоры — 4,7%, морковь, лук и картофель — 1,7–2,2%. Цены на автомобильный бензин выросли на 0,1%, дизельное топливо — на 0,5%. Причиной этому стал запрет, введенный на ввоз продовольствия из Европейских стран и США. И рост инфляции вынудил Центральный Банк России повысить ключевую процентную ставку до 8%, т.е. на 50 базисных пунктов. Результат — ключевая процентная ставка за год повысилась на 250 базисных пунктов, а уровень инфляции за 12 месяцев повысился с 6,5% в декабре 2013 года до 8,2% на 10 ноября [4]. Банк России руководствовался своей озабоченностью, что инфляция будет расти еще больше, т.к. грядут изменения в налогово-тарифной политике, усиливается геополитическая напряженность и рубль теряет свои позиции относительно ведущих мировых валют.

Цены на нефть и газ — еще один большой вопрос для российской экономики, т.к. нефтегазовые доходы составляют 48–52% доходов федерального бюджета.

Россия зависти от «нефтяного крана». Мир и спокойствие на улицах, возможность выпить чашку кофе, доходы россиян — все в России зависит от него, крана. Эта зависимость для России критическая.

Для начала стоит разобраться, почему падают цены на нефть. Если проанализировать современное состояние нефтяного мирового рынка, то сразу выходят две основные причины: падение спроса и рост поставок.

Причем падение спроса повлияло намного больше. В виду последних событий ни для кого не секрет, что экономика Европы находится в состоянии стагнации, происходит замедление экономики Китая, а в США снижается спрос на бензин — и все это тоже снижает стоимость нефти. Международное энергетическое агентство уже сейчас заявило, что показатели спроса в 2014 году будут самыми низкими за 3 года.

Относительно роста поставок — «сланцевый бум» уже привел к тому, что США и Канада вместе по добычи нефти обогнали Саудовскую Аравию, а затем и Россию. Плюс еще и Ливия увеличила свой экспорт и в сентябре стала лидером по добыче среди стран ОПЕК.

Какая цена нужна России? Если учитывать, что около половины нашего бюджета доходы от нефтегазового сектора, то в 2015 году баррель нефти должен стоить в районе 105 долларов. Только при такой цене у правительства появится возможность сбалансировать бюджет.

Но, для россиян есть и хорошая новость. Центробанк уже готовит «шоковый сценарий», если вдруг цены на нефть станут ниже 60 долларов. Он будет жестче, чем «стрессовый», который предполагал снижение до 60 долларов, но не ниже. Так что же будет, если цена упадет ниже 60\$? Это будет означать для России — глубокая рецессия, рост дефицита, огромный отток капитала и значительное давление на банки.

Но, несмотря на все удручающие прогнозы, аналитики не ждут падения нефти ниже 90 долларов за баррель до конца 2014 года и руководствуются двумя причинами:

1. С наступлением отопительного сезона спрос на сырье в Северном полушарии будет расти.

2. В середине октября состоялось заседание стран ОПЕК, на котором, было принято решение о снижении производства нефти, поскольку у многих стран-членов организации бюджет сверстан при цене нефти не менее 100 долларов за баррель.

Ну и самое страшное, что происходит в российской экономике сейчас — это то, что рубль дешевеет с невероятными темпами. Одной из главных причин является уже рассмотренное выше падение цен на нефть, но не стоит забывать и про санкции, введенные против России. И все будет зависеть от того, как долго они продлятся. Российские банки и компании, которые в данной сложившейся ситуации не имеют доступа к международным финансовым рынкам, должны обслуживать задолженность в иностранной валюте, и повышенный спрос на доллары, скорее всего, исходит именно от них.

Поэтому, пока будут действовать санкции, спрос на доллары будет сохраняться, а рубль испытывать давление. Тем временем экономические перспективы при падении цен на нефть и снижении шансов на иностранные инвестиции становятся все более туманными. Инфляция уже превышает 8%, экономика переходит в фазу стагнации.

Вот таким является базовый обзор экономической ситуации в России на 2014 год. Главное сейчас: сможет ли наша страна выйти из такой напряженной ситуации сухой из воды и не потеряв рейтинг? Это мы узнаем лишь с течением времени.

#### Литература:

1. <http://www.imf.org/>
2. <http://www.gks.ru/>
3. <http://www.ereport.ru/>
4. <http://www.cbr.ru/>

## Совершенствование корпоративной культуры

Скоморохова Ирина Олеговна, студент;

Цуркан Анастасия, студент

Научный руководитель: Гаврилова Светлана Владимировна, доцент  
Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

Корпоративная (организационная) культура базируется на основополагающих ценностях, разделяемых членами компании. Эти ценности в разных корпорациях могут быть разными и в том числе в зависимости от того, чьи интересы лежат в основе деятельности компании: самой компании в целом или отдельных ее членов. Из названных выше ценностей вытекают стили руководства, поведения, общения, деятельности [1].

Высокий уровень культуры, той сферы, которая не поддается четкой регламентации, является фактором, способствующим реализации поставленных целей в компании. Многие руководители периодически пытаются решить задачу становления и развития корпоративной культуры, но чаще всего эта непонятная и плохо осознаваемая часть профессиональной жизни остается за пределами управления и ограничивается командообразующими мероприятиями в разных форматах.

В данной статье будет приведено исследование корпоративной культуры розничной сети магазинов обуви. Цель данной работы — выработка рекомендаций по совершенствованию корпоративной культуры компании на основе анкетного опроса сотрудников самого крупного магазина сети, штат которого составляет около 60 человек.

Рассматриваемая торговая сеть существует около 15 лет, владеет 50 магазинами в 17 городах России и магазином в Куршавеле. В магазинах сети представлены известные бренды обуви, сумок и аксессуаров.

Эта компания со смешанной дивизионально-матричной структурой. Дивизиональность определяется тем, что данная организация имеет множество подразделений с одинаковым по структуре персоналом (директор, заместители директора, администраторы, младшие продавцы, продавцы-консультанты, старшие продавцы, стажеры есть во всех магазинах). Также в каждой бизнес-единице примерно одинаковое соотношение этих структурных частей персонала. Матричность структуры компании определяется проектностью достижения многих стратегических целей. Имеется проект по формированию кадрового резерва. При открытии нового магазина директор уже работающего магазина, также опытные сотрудники на 3 месяца прикрепляются к этому магазину. И своей работой показывают и обучают новый персонал. Когда магазин начинает нормально функционировать, весь персонал возвращается к предыдущему месту работы или при желании прикрепляется к новому.

Главное достоинство данной компании — то, что имеется возможность заработать деньги с первого же рабочего дня. Компания отличается тем, что выплаты проис-

ходят обязательно и в срок. Но в данной системе оплаты есть большой минус. Отсутствие оклада и работа только на процент от продаж. А с недавнего времени, после смены руководства, был установлен план, обязательный для выполнения. Также существует система премирования, которая зависит от продаж.

Внутри коллектива царит достаточно напряженная обстановка. Но этому есть очень легкое объяснение: личные продажи и дружный коллектив — несовместимые вещи!

Процесс отбора персонала заключается в том, что кандидат на должность приходит в офис и заполняет анкету, после чего ему предлагают магазин, который находится ближе всего к дому и назначают день, когда он придет туда в первый раз. Так строится процесс подбора кадров. Абсолютно любой человек может устроиться в компанию, и это можно отметить минусом работы руководства. Если компания позиционирует себя как магазин в сегменте premium, то такого быть не должно.

В компании отсутствует система правил, касающихся общения и иерархии внутри коллектива — директора, заместителей директора все называют на «ты». Это еще один минус в работе руководства.

В проведенном нами опросе участвовали 20 человек, это женщины в возрасте от 25 до 45 лет. Большинство имеют высшее образование. Стаж работы у 65% опрошенных более 2 лет. В ходе проведенного анализа было выявлено:

1. Основным фактором, побудившим прийти сотрудников на работу в компанию — необходимость зарабатывать на жизнь.

2. Большинство сотрудников удовлетворены своей работой, но не удовлетворены отношениями в коллективе, они считают атмосферу чисто деловой. Коллектив несплоченный, нет общих целей.

3. В целом сотрудники удовлетворены решением социальных проблем в коллективе, но многих не устраивает система оплаты труда.

4. У работников организации возникают недоразумения, конфликты с руководителями из-за изменения функциональных обязанностей сотрудников и возложения дополнительных, из-за невнимательного отношения к нуждам сотрудников, к улучшению их социально-бытовых условий труда и отдыха, что объясняется недостаточно разработанной системой решения социальных проблем и недостаточно разработанной системой корпоративных ценностей.

Анализ полученных данных в ходе обработки анкет позволяет сделать вывод о том, что эффективность корпоративной культуры в компании находится на достаточно

низком уровне. Существуют проблемы с психологическим состоянием коллектива, взаимоотношениями с руководителем. Для решения указанных вопросов, необходимо начать работу в проблемных областях. Первым этапом в этой работе может стать следование выработанным рекомендациям по улучшению корпоративной культуры компании:

1. Изменить систему мотивации. Все проблемы в коллективе обусловлены жесткой конкуренцией, к тому же система «Плана» еще больше усугубила ситуацию. Следует ввести окладную часть. Возможно применять эту систему для тех, кто официально устроен на работу, т.е. для младших продавцов, продавцов-консультантов, старших продавцов. К тому же это будет побуждать стажеров побыстрее показать хорошие результаты, и быть более уверенными в завтрашнем дне.

Литература:

1. Иванов, И. Н. Менеджмент корпорации // И. Н. Иванов — Москва: ИНФРА-М, 2004. — 366 с.

## Особенности обращения биткойна как платежного средства

Спиридонида Елизавета Константиновна, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, филиал в г. Пятигорске (Ставропольский край)

*В статье описывается история возникновения биткойна, механизм обращения криптовалюты, его преимущества и недостатки, особенности использования криптовалюты в России.*

**Ключевые слова:** биткойн, кошелек, криптовалюта, майнинг, P2P.

Биткойн — это первая реализация концепции «криптовалюты», которую впервые описал в 1998 году Вей Дай. В киберпанковской e-mail рассылке, он предложил идею новой формы денег, которая для контроля эмиссии и транзакций использует криптографию вместо центрального органа управления. Первая спецификация биткойна и доказательство работы этого принципа было опубликовано Сатоши Накамото в 2009 в криптографической e-mail рассылке. Сатоши оставил проект в конце 2010 года, не раскрыв подробностей о своей личности. Сегодня множество разработчиков работают над биткойном.

Анонимность Сатоши часто вызывает необоснованные сомнения, большинство из которых связаны с непониманием природы открытого кода биткойна. Протокол биткойн и программное обеспечение находятся в открытом доступе, и любой разработчик из любой точки мира может ознакомиться с текстом программы или сделать свою личную модифицированную версию программного обеспечения биткойн. Так же как и у нынешних разработчиков, влияние Сатоши было ограничено только теми изменениями кода, которые принимают другие пользователи, и соответственно неверно говорить, что он контролирует биткойн. По существу, личность изобретателя

2. Выстроить строгую систему субординации. Отношения на «ты» позволительны лишь между работниками одного уровня.

3. Разработать программу для адаптации новичков, программу наставничества. Так, за новым сотрудником следует на 2 недели прикрепить продавца, либо менеджера по развитию персонала. Наставник должен обучить ассортименту, начальной технике продаж. Система мотивации при этом должна быть такова — наставник получает на свой номер все продажи, а стажер — строго определенную оплату, которую можно высчитать, например, как средняя сумма бонуса за один день на одного продавца.

Внедрение рекомендаций, на наш взгляд, позволит решить ряд задач, в том числе уменьшение текучести кадров и увеличение доходов компании.

биткойн так же не имеет значения сегодня, как и личность древнего изобретателя бумаги [1].

Слово «Bitcoin» имеет несколько значений, чаще всего под ним подразумевают децентрализованную анонимную электронную валюту.

Название «Bitcoin» применяется к программному обеспечению (кошельку), сети и монете, которая имеет ход в этой сети, часто название монеты сокращают до BTC (англ.) или БТК (рус.). Программное обеспечение кошелька распространяется с открытым исходным кодом, так что любой желающий может проверить принципы его работы.

Используя р2р технологию, биткойн функционирует без какого-либо контролирующего органа или центрального банка; обработка транзакций и эмиссия осуществляются коллективно участниками сети. биткойн имеет открытый исходный код; его архитектура известна всему миру, никто не владеет и не контролирует биткойн, но все могут стать участниками сети. Благодаря высокой степени децентрализации биткойн создал альтернативную форму платежной системы с большей устойчивостью и потенциалом. биткойн может обеспечивать торговлю на миллионы долларов, без необходимости военной защиты. У него нет уязвимого центра, такого как центр обработки

данных, потребуется атака на целую сеть, что является гораздо более сложным проектом. биткойн может стать важным шагом вперед в обеспечении безопасности локальных и глобальных финансовых систем [1].

С точки зрения пользователей, биткойн является всего лишь мобильным приложением или компьютерной программой, которая дает им доступ к биткойн-кошельку и позволяет им получать и тратить биткойны. Именно так работает биткойн для большинства пользователей.

В основе сети биткойн лежит публичный регистр, называемый блокчейн, или «цепочка блоков». Этот регистр содержит в себе историю всех когда-либо проведенных транзакций, позволяя компьютерам пользователей проверять правомерность каждой транзакции. Подлинность каждой транзакции защищается электронными подписями, соответствующим использованным в транзакции адресам, что позволяет пользователям иметь полный контроль над пересылкой биткойнов со своих биткойн-адресов. Кроме того, любой может заниматься обработкой транзакций, используя компьютерные мощности специализированного оборудования и зарабатывать биткойны за эти услуги. Это обычно называется «майнинг».

Существует три способа получения биткойна:

- в качестве оплаты за товары и услуги;
- купить на бирже или в обменнике;
- купить у знакомых.

Количество компаний, принимающих данную криптовалюту, увеличивается с каждым годом, включая рестораны, гостиницы, адвокатские конторы, а также онлайн сервисы. К концу августа 2013 года, стоимость всех биткойнов находящихся в обращении превысила 1,5 млрд долл. США, а ежедневный оборот биткойн-транзакций исчисляется миллионами долларов.

Биткойн — платежи осуществляются через программу-кошелек, установленным на компьютере или на смартфоне.

Курс биткойна крайне изменчив. Динамика за все время существования данной криптовалюты заметно

возросла. На ранних стадиях развития биткойна (август 2010 года) его цена составляла 0,077 долл. США. В 2011–2012 годах курс биткойна колебался от 0,281 долл. США до 28,412 долл. США. В 2013 году произошел резкий скачок цены биткойна. Его курс достиг своей предельной отметки, за все время существования, в 1057,924 долл. США [2].

Максимальная рыночная цена за последний год составила 1057,924 долл. США за один биткойн, а минимальная — 294 долл. США. В настоящий момент курс биткойна — 377,177 долл. США. Изменения рыночной цены биткойна за год представлен на графике.

В мае 2010 года американец Ласло Ханеч совершил первую покупку реального товара за биткойны, купив у другого биткойнера две пиццы за 10000 монет. В следующем году эти биткойны можно было продать более чем за 300000 долл. США. А в декабре 2013 это уже были 10000000 долл. США. В настоящее время можно сказать, чтобы было одно из самых выгодных вложений в валюту [3].

На данный момент в оборот выпущено немногим более 12 миллионов биткойнов, а полностью все биткойны будут выпущены примерно к 2140 году, при этом с каждым днём количество выпускаемых виртуальных монет сокращается.

Выпуск биткойнов происходит благодаря людям и компаниям, занятым в майнинге — специальным процессе, сложность которого алгоритмически запрограммирована и постоянно увеличивается в соответствии с количеством технических ресурсов, занятых в нём. Именно поэтому те, кто начал майнить биткойны несколько лет назад могли получать по несколько десятков тысяч биткойнов, а сложность вычисления постоянно росла: сначала для этого можно было эффективно использовать ресурсы компьютерных процессоров, затем начали использовать видеокарты, чья эффективность намного выше, а теперь используют специально разработанные устройства [4].



Рис. 1. Рыночная цена, долл. США



Как и каждая валюта, биткойн имеет свои преимущества и недостатки [5]. К преимуществам можно отнести:

— свобода платежей, выражающаяся в возможности перевести любую сумму денег мгновенно без каких-либо ограничений;

— биткойн-платежи на данный момент производятся, либо без комиссии, либо с невероятно низкими комиссиями;

— низкий уровень риска для предпринимателей, связанные с анонимностью платежей и их необратимостью;

— биткойн-пользователи полностью контролируют свои транзакции, т. е. торговцы не смогут без вашего ведома или желания снимать деньги, так как может случиться с другими методами оплаты, так же биткойн-платежи могут быть произведены без привязки личной информации к транзакции;

— вся информация, касающаяся денежной массы биткойна, всегда доступно для всех в цепочке блоков, ее можно проверить и использовать в реальном времени.

Основными недостатками биткойна являются:

— колебание курса валюты;

— низкий уровень признания, т. к. многие до сих пор не знают о существовании биткойна;

— продолжающаяся разработка валюты.

На данный момент работа с криптовалютой на территории Российской Федерации встречает вполне реальные препятствия. И речь не только о неопределенном законодательном статусе и отсутствии практики. Заявления ЦБ РФ и Генеральной прокуратуры внесли свой вклад: от работы с криптовалютой отказались многие компании, которые его внедрили, или собирались внедрить. Более того, проводились прокурорские проверки в ряде таких компаний. Это не смотря на то, что заявление генпрокуратуры: «анонимные платежные системы и криптовалюты, в том числе наиболее известная из них — биткойн, являются денежными суррогатами и не могут быть использованы гражданами и юридическими лицами» не имеет законодательной силы. Однако смысл послания предельно понятен, и бизнес на него отреагировал.

27 января 2014 года Пресс-служба Банка России опубликовала информацию «Об использовании при совершении сделок «виртуальных валют», в частности, биткойн» [4]. В ней Банк России предупредил, что в связи с отсутствием обеспечения и юридически обязанных субъектов операции по «виртуальным валютам» являются спекулятивными. В связи с анонимным характером деятельности по выпуску «виртуальных валют», неогра-

ниченным кругом субъектов, и по их использованию для совершения операций граждане и юридические лица могут быть, в том числе непреднамеренно, вовлечены в противоправную деятельность, включая легализацию (отмывание) доходов, полученных преступным путем, и финансирование терроризма. Предоставление российскими юридическими лицами услуг по обмену «виртуальных валют» на рубли и иностранную валюту, а также на товары (работы, услуги) будет рассматриваться как потенциальная вовлеченность в осуществление сомнительных операций в соответствии с законодательством о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

15 апреля 2014 года инициативная группа заявила о создании общественной организации «Национального фонда развития криптовалют» [4]. Главную цель создатели видят в пропаганде криптовалют.

В начале июля 2014 года в рамках Международного банковского конгресса первый заместитель председателя Банка России Георгий Лунтовский высказался о том, что за системой биткойн наблюдают, вопрос изучается, возможно в будущем появится законодательное регулирование [4].

9 августа 2014 года, выступая в Санкт-Петербурге на CryptoForum, 1-й международной конференции «Bitcoin и криптовалюты: перспективы развития в России», руководитель департамента информации и коммуникаций Международного учебно-методического центра финансового мониторинга при Росфинмониторинге Евгений Воловик, являющийся также членом международной рабочей группы, разработавшей в июне 2014 года ключевые определения виртуальных, централизованных и децентрализованных валют, категорично заявил, что «биткойн не является денежным суррогатом», но и добавил, что криптовалюты попали под внимательный присмотр международной организации ФАТФ, занимающейся борьбой с отмыванием денег и финансированием терроризма [4]. Воловик также заметил, что в России уже ведется одно или несколько дел, связанных с отмыванием средств посредством биткойн.

Если вы попытаете в российском банке открыть счет для деятельности, связанной с криптовалютами, вам откажут практически везде. Некоторые сервисы, деятельность которых была связана с криптовалютами, были закрыты или выведены из российской юрисдикции. Новые сервисы не открываются по тем же причинам.

#### Литература:

1. <https://bitcoin.org/ru/> — Биткойн — P2P деньги с Открытым кодом.
2. <https://blockchain.info/> — обозреватель блоков Bitcoin
3. <http://siliconrus.com/2013/04/bitcoin/> — Что такое биткойны и кому они нужны?.
4. <http://btcsec.com/> — Русскоязычный информационный сайт о криптовалюте Bitcoin
5. Инвестиции: учебное пособие/Н. А. Биндасова. — Пятигорск: РИА-КМВ, 2012.

## Влияние санкций на малый бизнес

Степашова Алена Юрьевна, студент;

Исакова Татьяна Евгеньевна, студент;

Калуцкая Наталья Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

С середины марта 2014 года в связи с внешнеполитической ситуацией США и странами Евросоюза были введены экономические санкции против России. Это означало скорое прекращением сотрудничества России и российских организаций в различных сферах со странами Большой семёрки и некоторыми другими странами, которые являются партнёрами США и ЕС. Данные меры были направлены на резкое ухудшение экономического положения в Российской Федерации, что в свою очередь должно было способствовать принятия Россией легитимности «фактических новых властей Украины». Но, как известно, наша страна пошла несколько иным путем и в ответ на санкции ввела эмбарго на ввоз продукции с запада, что автоматически привело к необходимости развития внутренней экономики страны.

Развитие экономики всегда было приоритетной задачей государства, в решении которой малый и средний бизнес способен сыграть ключевую роль. В этой связи важно обеспечить более активное участие предпринимателей в коммерциализации научных разработок, внедрении технологических и управленческих инноваций, создании современных товаров и услуг. От успеха такой работы прямо зависит повышение качества жизни людей, укрепление конкурентных позиций России на мировом рынке.

В настоящее время положение малого и среднего предпринимательства особенно остро зависит от политических решений. Ведение западными странами экономических санкций против России и последующие ответные ее антисанкционные действия, с одной стороны создают проблемы для экономики, но в то же время, открывают новые горизонты развития бизнеса. От санкций в отношении России, предпринятых ЕС и США, пострадают в большей мере не государственные банки и компании, как ожидалось, а средний и малый бизнес, который не имеет прямого выхода на рынок капитала.

Сегодня можно выявить различные пути воздействия санкций.

Прямое воздействие подразумевает ограничение в займах ряду российским банкам, что в свою очередь замедлит наращивание внешнего долга.

Косвенное воздействие заключается в ужесточении условий займов для всего корпоративного сектора России, причем по всему миру.

Считается, что в связи с ограничениями импорта товаров из Европы, наибольшую возможность в развитии получают производители сельскохозяйственной и мясной продукции.

Связь малого бизнеса с импортной продукцией не велика, что само собой не вызовет особых трудностей для переориентировки на отечественный продукт. Небольшие магазины итак специализируются в основном на реализации местной продукции. Ущерб может быть нанесен лишь небольшой части компаний, который занимается поставкой деликатесов. Но удельный вес этих фирм на рынке мал, таким образом, основной удар придется на поставщиков с крупным оборотом. Так, места общественного питания постепенно перейдут от использования ингредиентов для приготовления блюд из Западных стран на аналогичную отечественную продукцию.

Но стоит учитывать, что российские производители данных отраслей не способны в полном объеме удовлетворить потребности населения.

Целесообразно расширять сферу сельскохозяйственного производства, в том числе и за счет новых предприятий (фермерств). Но, многих предпринимателей смущает ограниченный срок санкций. Очевидно, что на развитие собственного бизнеса в данной сфере года явно не хватит. При этом есть возможность отмены санкций в более ранний срок.

Существуют опасения, что без тщательно просчитанной аграрной политики произойдет замена одного импорта на другой. Вследствие чего, возможно дополнительное привлечение импорта с латиноамериканских и азиатских стран. Тем более что такие случаи в нашей стране уже имели место.

Также следует учитывать, что любое производство требует долгосрочных кредитов.

Одним из условий санкций было закрытие доступа пяти крупнейшим российским банкам на рынок капитала, что неотъемлемо повлияло на рост кредитных ставок, не учитывая даже то, что Центральный Банк России уже трижды за 2014 год поднимал ставку рефинансирования, составляющую на данный момент 8,25%. Таким образом, сегодня многим предпринимателям предлагаются кредиты от 25% годовых. Но отказ от кредитов невозможен, так как лишь три четверти всего сектора малого и среднего бизнеса используют собственные средства, оставшаяся же четверть не представляет свое существование без банковских кредитов.

В связи со сложившейся непростой экономической ситуацией, невозможно избежание проблем недобросовестной конкуренции. Не секрет, что некоторые предприниматели сознательно идут в обход законодательства, основываясь на мнении: лучше заплатить штраф, но спасти свой бизнес. И планируемое Правительством РФ вве-

дение налога с продаж может еще более усугубить сложившееся положение.

Но в Госдуму уже поступил на рассмотрение законопроект, предполагающий наделение регионов полномочиями предоставлять двухлетние налоговые каникулы вновь созданным предприятиям, которые в течение двух лет после создания перешли на патентную или упрощенную систему налогообложения.

Вместе с тем указанный законопроект так же предоставляет возможность использования патентной системы налогообложения для индивидуальных предпринимателей, так как они вступают в оптимальные экономические взаимоотношения с государством. Однако, большинство людей предпочитает быть добросовестными налогоплательщиками, а не продолжать скрываться от налоговых органов и жить под постоянной угрозой штрафа.

Для решения сложившейся проблемной ситуации необходимо привлечение среднего и малого бизнеса к государственному (муниципальному) заказу.

Так, Федеральный закон от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» предусматривает внесение соответствующих поправок в рамках постановлений Правительства РФ, в которых будет регламентировано создание преференции для малого и среднего бизнеса, отечественных производителей в сфере закупок. В настоящее время госкорпорации и естественные монополии ежегодно осуществляют закупки на сумму около 12 триллионов рублей. В случае предоставления квот в размере 15%, приблизительно рассчитанная прибыль малого и среднего бизнеса, по предварительным подсчетам, может составить до 3-х триллионов рублей в год. Если к этому добавить возможность преференций для отечественных производителей, полученный результат увеличится. Таким образом существует механизм, который не требует никаких финансовых затрат, и регулируется в рамках подготовки дополнительных нормативно-правовых актов, которые прямо предусмотрены этим законом.

В качестве поддержки для организаций, находящейся на льготной системе налогообложения, возможен отказ от бухгалтерии. По статистике, расходы на ее содержание у предприятий составляют от шести до двухсот тысяч рублей в год в зависимости от объема работ. Такая чрезмерная финансовая нагрузка (одновременно с введением штрафов за несвоевременное представление финансовой, бухгалтерской отчетности) негативно влияет на развитие малого и среднего бизнеса, что способствует резкому сокращению его субъектов в РФ.

Так, только в 2013 году численность малых и средних предприятий (включая самозанятое население) сократилась более чем на миллион, и данная тенденция продолжает расти.

По мнению разработчиков, указанного законопроекта, его принятие позволит приостановить отток граждан и организаций из сферы малого и среднего предприниматель-

ства и сделает более привлекательным развитие этого сектора экономики.

Согласно проведенным исследованиям Global Entrepreneurship Report проведенным в 2014 году, 70% граждан положительно воспринимают индивидуальное предпринимательство, но лишь 33% готовы к тому, чтобы начать свое дело. Молодым людям в возрасте от 20 до 29 лет, способным открыть свое дело, не хватает опыта и необходимых знаний, умений и навыков для реализации своих идей в сфере предпринимательства.

Помимо этого, ученые считают, что одной из главных причин неподготовленности потенциальных бизнесменов, является отсутствие в России научной, методической базы по обучению азам предпринимательской деятельности.

Дополнительное обучение способно изменить негативную тенденцию и способствовать не только увеличению количества независимых предпринимателей, но также начать формировать особенный деловой менталитет и повлиять на развитие предпринимательского мышления.

Не желание заниматься бизнесом также обусловлено тем, что в течении последних пяти лет, два основных показателя, характеризующие деятельность организации, в реальном выражении снизились в среднем на 6%.

Одним из самых важных и обязательных условий успеха в развитии малого бизнеса является всесторонняя и стабильная государственная поддержка, что подтверждается опытом иностранных государств. Указанная поддержка может быть представлена в различных формах: уменьшением налоговой ставки и предоставлением дополнительных налоговых льгот, дотацией льготного банковского кредитования, модернизацией системы страхования, стимулированием производства наиболее приоритетных видов продукции, созданием информационно-аналитических и научно-технических площадок, организацией материально-технического обеспечения. Одним из основных факторов является подготовка и реализация специализированных нормативно-правовых актов регламентирующих законодательство в сфере экономики.

Наряду с этим, многие области нашей страны, самостоятельно разрабатывают программы поддержки участникам малого и среднего бизнеса. Так областным правительством Воронежской области в 2015 году будет реализована программа по поддержке малого и среднего бизнеса в регионе. Основным направлением является повышение доступности финансовых средств, как для индивидуальных предпринимателей, так и для среднего бизнеса. Также в будущем году, запланирована выдача грантов 112 начинающим небольшим компаниям. Планируется, что сумма грантов будет составлять до 300000 рублей. Это позволит создать новые и сохранить около 4000 рабочих мест.

Система грантов также реализуется и на территории Белгородской области. Это позволяет предпринимателям осуществлять свою деятельность с использованием гранта, полученного на безвозмездной основе, на основе условий

долевого финансирования целевых расходов. Приоритетными видами деятельности являются производство и переработка сельскохозяйственной продукции, а также производственная деятельность.

Помимо грантов, существует система субсидирования, которая включает в себя финансирование части затрат субъектов малого и среднего предпринимательства по уплате процентов по кредитам, привлеченным в российских кредитных организациях для строительства производственных зданий, строений, сооружений и (или) приобретения оборудования, производственных зданий в целях создания и (или) развития и (или) модернизации производства товаров (работ, услуг). Таким образом, в России создаются условия для ведения собственного бизнеса.

Санкции против России, введенные Европой в связи с событиями в Крыму и на юго-востоке Украины, вызвали больше проблем у Европы, чем у России.

Таким образом, малый бизнес Европы уже ощутил на себе негативные последствия санкций Запада и ответных санкций РФ. Ранее ЕС не очень охотно шел на ужесточение санкций, так как регион по-прежнему зависит от поставок газа из Российской Федерации, а общий объем торговли в прошлом году составил \$390 млрд.

По мнению некоторых аналитических центров Евросоюза ущерб для ЕС будет приблизительно равен потерям российской экономики и составит около 100 миллиардов долларов за два года.

Так, некоторые бизнес-организации в Европе уже выступили с обращениями к органам власти своих государств, в которых выражают крайнюю обеспокоенность сложившейся ситуацией.

В свою очередь, Министерство Иностранных Дел РФ предложило западу отказаться от санкций против России и аннулированию «черных списков». При выполнении данного условия ЕС Россия так же готова прекратить свою антисанкционную политику.

Ведущими экономистами России уже отмечен нанесенный вред санкциями на экономику обеих противоборствующих сторон. Так в большинстве западных стран все больше и больше нарастает недовольство последствиями данных ограничений. Ведь нанесенный ущерб достиг уже десятков миллиардов евро.

«Мы от наших европейских партнеров ничего не ожидаем. Единственное, на что мы рассчитываем, чтобы они вышли из бессмысленной санкционной спирали и пошли по пути отмены санкций и черных списков, что, в свою очередь, позволит нам отказаться от наших списков. Это будет способствовать и отказу нами от принятых

контрмер», — сказал Мешков — российский дипломат, заместитель Министра иностранных дел РФ. Не смотря на это, ввод санкций против России начинает набирать обороты.

В условиях осуществления санкционных действий поддержка малого и среднего предпринимательства является одной из приоритетнейших задач, поскольку в ряде отраслей производства таких как: текстильная и пищевая промышленность, сельское хозяйство, малый и средний бизнес занимает ключевую позицию, но, в то же время, является и наиболее уязвимым и чувствительным к изменениям в экономической сфере. Для малых и средних предприятий, только выходящих на рынок, применяются т.н. льготные налоговые программы, а также льготы по уплате страховых взносов. Предоставляется государственная поддержка в виде субсидий на модернизацию производства и приобретение оборудования в лизинг. Возможно новой и, наиболее эффективной мерой, станет упрощение требований трудового законодательства для малого и среднего предпринимательства. Этот шаг, будет способствовать для увеличения объемов производства и расширения штата сотрудников на предприятиях.

Таким образом, в настоящее время мы можем наблюдать негативное влияние санкций со стороны Евросоюза и США, а также, российских ответных мер.

Вместе с тем, сложившаяся ситуация дает возможность для максимально эффективного переориентирования российской экономики и восстановления промышленного потенциала потерянного в 90-е годы. Сейчас у российских промышленных и сельскохозяйственных производителей появился шанс вернуть утраченные позиции и занять достойное место среди мировых производителей, стать конкурентно способными на внутренних и внешних рынках. Для осуществления завоевания рынков у России имеется достаточная ресурсная база: человеческие и природные ресурсы, необходимая государственная поддержка, и временное отсутствие серьезных зарубежных конкурентов, что существенно облегчает выполнение задуманного. Однако в целях максимально эффективной реализации поставленной задачи необходимо выполнить комплекс мероприятий направленный на техническую и технологическую модернизацию производства, улучшение качества товаров и услуг, увеличение объемов и ассортимента производимой продукции. Выполнение вышеперечисленных пунктов позволит стабилизировать свое положение на международном рынке, удержать свои позиции с приходом новых торговых партнеров и при возвращении конкурентов из санкционного списка.

#### Литература:

1. Глава UniCredit: санкции против РФ больше навредили Европе, чем России [Электронный ресурс] РИАНовости. Ресурс доступа: <http://ria.ru/world/20140926/1025797504.html>
2. Буев Владимир. Как санкции отразятся на России [Электронный ресурс]: Информационное агентство России. Ресурс доступа: <http://itar-tass.com/opinions/1597412>



3. Санкции: шанс для малого бизнеса и тормоз для крупных компаний [Электронный ресурс] ИА «ГАРАНТ». Ресурс доступа <http://www.garant.ru/news/583682/>
4. Латухина, К. Локомотив экономики [Электронный ресурс]: Российская газета. Ресурс доступа: <http://www.rg.ru/2014/11/24/locomotive.html>

## Учет денежных средств, денежных документов и финансовых вложений

Сыркина Кристина Андреевна, бухгалтер  
ООО «ДВА КАПИТАНА» (г. Тольятти)

Безусловно, для осуществления производственной деятельности каждая организация должна иметь в необходимых размерах оборотные средства. В составе оборотных средств важное место занимают денежные средства. Денежные средства необходимы для приобретения различных материалов, для оплаты труда, всевозможных хозяйственных расходов, для платежей банку, налоговым органам и прочим учреждениям. Они являются абсолютно ликвидным активом, способным легко и быстро преобразовываться в любые виды материальных ценностей. Актуальность этой темы в настоящее время очень велика. Важная роль денежных средств обуславливает необходимость их сохранности и целевого использования, строгого соблюдения установленных правил кассовых и банковских операций, правильного оформления движения денежных средств в документах и регистрах бухгалтерского учета. Необходимо особое внимание уделять правильности отражения на счетах денежных средств, а также их фактическому наличию, правильности формирования стоимости финансовых активов в ходе осуществления контроля за денежными средствами и финансовыми вложениями [5].

Для учета операций с денежными средствами в кассе организации используется счета 50 «Касса», с денежными средствами на расчетных счетах используется счет 51 «Расчетные счета». Поступление средств учитывается по дебету этих счетов в корреспонденции со счетами учета источников их поступления, а выбытие средств — по кредиту. В настоящее время в Российской Федерации установлен предельный размер расчетов наличными деньгами между юридическими лицами по одной сделке в размере 100000 руб. Предельный размер расчетов наличными деньгами относится к расчетам по одному 15 или нескольким денежным документам в рамках одного договора, заключенного между юридическими лицами. Порядок учета средств на валютном счете и других активов, стоимость которых выражена в иностранной валюте, определяется Положением по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» ПБУ 3/2006 [3]. Для учета операций с наличной иностранной валютой используются отдельные субсчета счета 50 «Касса», для учета операций с иностранной валютой на валютных счетах используется

счет 52 «Валютные счета». Учет наличных и безналичных денежных средств в иностранной валюте ведется в рублях по курсу ЦБ РФ на дату совершения операции с валютными средствами и одновременно в соответствующей валюте. Учет движения средств в аккредитивах, чековых книжках и других платежных документах ведется с использованием счета 55 «Специальные счета в банках». Оплаченные билеты на транспорт, марки, путевки учитываются на счете 50 «Касса», субсчет 50–3 «Денежные документы». Следует обратить внимание, что в российском учете в рамках его развития и реформирования с учетом меняющихся условий хозяйствования теперь появилось понятие денежных эквивалентов.

Порядок учета финансовых вложений определяется Положением по бухгалтерскому учету «Учет финансовых вложений» ПБУ 19/02, утвержденным приказом Министерства финансов РФ от 10.12.2002 № 126н [4]. Для принятия к бухгалтерскому учету активов в качестве финансовых вложений необходимо единовременное выполнение следующих условий: наличие надлежаще оформленных документов, подтверждающих существование права у организации на финансовые вложения и на получение денежных средств или других активов, вытекающее из этого права; переход к организации финансовых рисков, связанных с финансовыми вложениями (риск изменения цены, риск неплатежеспособности должника, риск ликвидности и др.); способность приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем в форме процентов, дивидендов либо прироста их стоимости (в виде разницы между ценой продажи (погашения) финансового вложения и его покупной стоимостью, в результате его обмена, использования при погашении обязательств организации, увеличения текущей рыночной стоимости). К финансовым вложениям организации относятся: государственные и муниципальные ценные бумаги, ценные бумаги других организаций, в том числе долговые ценные бумаги, в которых дата и стоимость погашения определена (облигации, векселя); вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций (в том числе дочерних и зависимых хозяйственных обществ); предоставленные другим организациям займы, депозитные вклады в кредитных организациях, дебиторская задолженность, приобретенная на основании уступки права требования. В составе фи-



нансовых вложений учитываются также вклады организации — товарища по договору простого товарищества. К финансовым вложениям организации не относятся: собственные акции, выкупленные акционерным обществом у акционеров для последующей перепродажи или аннулирования; векселя, выданные организацией — векселедателем организации — продавцу при расчетах за проданные товары, продукцию, выполненные работы, оказанные услуги; вложения организации в недвижимое и иное имущество, имеющее материально — вещественную форму, предоставляемые организацией за плату во временное пользование (временное владение и пользование) с целью получения дохода; драгоценные металлы, ювелирные изделия, произведения искусства и иные аналогичные ценности, приобретенные не для осуществления обычных видов деятельности. Финансовые вложения принимаются к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости. Первоначальной стоимостью финансовых вложений, приобретенных за плату, признается сумма фактических затрат организации на их приобретение, за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов (кроме случаев, предусмотренных законодательством). Первоначальная стоимость финансовых вложений, по которой они приняты к бухгалтерскому учету, может изменяться в случаях, установленных законодательством. Для целей последующей оценки финансовые вложения подразделяются на две группы: финансовые вложения, по которым можно определить текущую рыночную стоимость в установленном порядке, и финансовые вложения, по которым их текущая рыночная стоимость не определяется. Финансовые вложения, по которым можно определить текущую рыночную стоимость, отражаются в бухгалтерской отчетности на конец отчетного года по текущей рыночной стоимости путем корректировки их оценки на предыдущую отчетную дату. Такую корректировку организация может производить ежемесячно или ежеквартально. Финансовые вложения, по которым не определяется текущая рыночная стоимость, подлежат отражению в бухгалтерском учете и в бухгалтерской отчетности на отчетную дату по первоначальной стоимости. При этом следует обратить внимание, что есть существенных расхождений в оценке финансовых вложений в российской практике учета и в соответствии с международными нормами и правилами.

Учет финансовых вложений организации ведется с использованием счета 58 «Финансовые вложения», к которому могут быть открыты субсчета: 58–1 «Паи и акции», 58–2 «Долговые ценные бумаги», 58–3 «Предоставленные займы», 58–4 «Вклады по договору простого товарищества» и другие. Финансовые вложения, осуществленные организацией, отражаются по дебету счета 58 «Финансовые вложения» и кредиту счетов учета расчетов с дебиторами и кредиторами или кредиту счетов учета денежных средств и других активов, подлежащих передаче в счет этих вложений. Разница между оценкой финансовых вложений по текущей рыночной стоимости на от-

четную дату и предыдущей оценкой включается в состав прочих доходов или расходов и отражается на счете 91 «Прочие доходы и расходы» в корреспонденции со счетом 58 «Финансовые вложения». По долговым ценным бумагам, по которым не определяется текущая рыночная стоимость, организации разрешается разницу между первоначальной стоимостью и номинальной стоимостью в течение срока их обращения равномерно по мере причитающегося по ним дохода включать в состав операционных доходов или расходов и отражать на счете 91 «Прочие доходы и расходы», при этом учетная (балансовая) стоимость ценных бумаг к моменту погашения становится равной их номинальной стоимости. При погашении (выкупе) или продаже ценных бумаг их учетная стоимость списывается со счета 58 «Финансовые вложения» в дебет счета 91 «Прочие доходы и расходы» (кроме организаций, которые отражают эти операции на счете 90 «Продажи»). При наличии устойчивого существенного снижения стоимости финансовых вложений, по которым не определяется их текущая рыночная стоимость, организация образует резерв под обесценение финансовых вложений на величину разницы между учетной (балансовой) стоимостью и расчетной стоимостью таких финансовых вложений. Резерв учитывается на счете 59 «Резервы под обесценение финансовых вложений», на сумму создаваемого резерва делается запись по дебету счета 91 «Прочие доходы и расходы» и кредиту счета 59. Устойчивое снижение стоимости финансовых вложений характеризуется одновременным наличием следующих условий: на отчетную дату и на предыдущую отчетную дату учетная стоимость существенно выше их расчетной стоимости (стоимости, по которой финансовые вложения могут быть реализованы); в течение отчетного года расчетная стоимость финансовых вложений существенно изменялась исключительно в направлении ее уменьшения; на отчетную дату отсутствуют свидетельства того, что в будущем возможно существенное повышение расчетной стоимости данных финансовых вложений. Величина снижения стоимости, которая считается существенной, определяется организацией самостоятельно и является элементом учетной политики. Если по результатам ежегодной проверки на обесценение финансовых вложений выявляется дальнейшее изменение их расчетной стоимости, то производится корректировка ранее созданного резерва. Если организация делает вывод о том, что финансовое вложение более не удовлетворяет критериям устойчивого существенного снижения стоимости, сумма ранее созданного резерва под обесценение по указанным финансовым вложениям относится на счет 91 «Прочие доходы и расходы». Аналогичные записи делаются при выбытии финансовых вложений, по которым был создан резерв под обесценение финансовых вложений. В бухгалтерской отчетности стоимость финансовых вложений, по которым образован резерв под обесценение, показывается по учетной стоимости за вычетом суммы образованного резерва. В налоговом учете [2] суммы отчислений в ре-

зерв под обесценение вложений в ценные бумаги (за исключением сумм отчислений, производимых профессиональными участниками рынка ценных бумаг) являются расходами, не учитываемыми в целях налогообложения (п. 10 статьи 270 НК РФ).

Таким образом, изменение стоимости финансовых вложений оказывает влияние как на систему бухгалтерского

учета, так и на налоговый учет. Именно поэтому необходимо уделять особое внимание правильности отражения указанных операций. Также является общепринятым фактом, что вероятность злоупотреблений при учете денежных средств достаточно велика. Именно поэтому требуется использовать различные формы контроля на предприятии. [7].

#### Литература:

1. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: Федеральный закон № 402-ФЗ: принят 22 ноября 2011 г. (в ред. от 04.11.2014 N 344-ФЗ) // <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=170573>
2. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс РФ. Часть вторая. [Электронный ресурс]: федер. закон № 117 — ФЗ: принят ГД ФС РФ 19 июля 2000 г. (в редакции от 24.11.2014 N 366-ФЗ) // <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=170606>
3. Российская Федерация. Приказы. Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте. ПБУ 3/2006. [Электронный ресурс]: N 154н: Приказ Минфина РФ от 27 ноября 2006 г. (в редакции от 24.12.2010 г.) // <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=111059>
4. Российская Федерация. Приказы. Учет финансовых вложений. ПБУ 19/02. [Электронный ресурс]: N 126н: Приказ Минфина РФ от 10 декабря 2002 г. (в редакции от 27.04.2012 г.) // <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=131605>
5. Прохорова, Н.А. Использование экономико-юридической информации при различных формах контроля [Текст]:/Н.А. Прохорова, И.А. Соколова // Вестник Поволжского государственного университета. — 2011. — № 15. — с. 157–164.
6. Прохорова, Н.А. Проблемы учетно-аналитического обеспечения управления малым предприятием [Текст]:/Н.А. Прохорова, И.А. Соколова // Вестник Поволжского государственного университета. — 2014. — № 2 (34). — с. 167–170.
7. Прохорова, Н.А. О необходимости экономико-юридических познаний при различных формах контроля [Текст]:/Н.А. Прохорова, И.А. Соколова // Вестник СамГУПС. 2010.-№ 4. — с. 72–78.

## Экономические и социально-психологические факторы в управлении стимулированием персонала

Тай Бин, магистрант

Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Человек стремится работать, чтобы получить вознаграждение для удовлетворения своих потребностей и интересов, вместе с этим работодатель (как носитель интересов организации) желает улучшения экономических показателей деятельности предприятия, усиление позиций на рынке, а государство стремится создать цивилизованное общество и повысить благосостояние граждан за счет индивидуальных трудовых достижений.

За счет массового внедрения такого принципа, который обеспечивается социальной природой мотивации и экономическими законами развития общества, возникает полное взаимное сочетание интересов основных групп общества, что должно положительно сказаться на мотивации деятельности как работников, так и организации, и государства [1].

Проблемы мотивации труда являются предметом исследования различных наук, при этом каждая из них сосредотачивается на своем аспекте, рассматривает их по-своему. Основные составляющие мотивации — потребности, интересы, ценности пронизывают все сферы общественной жизни, все социальные отношения. Поэтому они являются общими понятиями для всей совокупности общественных наук, каждая из которых касается этой проблематики в большей или меньшей степени. Трудовое поведение, а следовательно и мотивация, крайне сложное явление: экономическое, социальное и психологическое, ведь в ней органично переплетаются объективное и субъективное, общее и особенное, социальное, экономическое, морально — психическое, волевое и эмоциональное, сознательное и несвоевременное. Поэтому

при ее исследовании необходимо опираться, в первую очередь, на достижение таких наук, как экономика, социология, психология [2].

Изучение проблем мотивации начинается с определения понятия «потребности», ведь именно потребности активизируют организм, его поведение на поиск того, что необходимо организму. Потребности побуждают людей к действию, к определенной деятельности, в этом заключается их главная роль [3].

Активное и мотивированное поведение человека в экономической среде превращается в критический ресурс предприятия и основной объект внимания менеджеров. Людьюми в любой организации управляют тоже люди (руководители, менеджеры), которые являются частью персонала организации и одновременно выполняют функции упорядочения активности остальной части персонала с использованием соответствующих механизмов мотивации такой активности, которая идет на пользу как подчиненного, так и организации. Существенные изменения среды, в которой сегодня работают многие предприятия, требуют критического анализа традиционных способов активизации поведения персонала, развития новых. Для того, чтобы разработать современный эффективный механизм мотивации персонала, необходимо найти и практически реализовать новые идеи, которыми достаточно богатые смежные научные направления, изучающие человека в экономической среде.

Явление «мотивация» активно изучается психологией, социологией и многими другими науками. Рост внимания к изучению категории «мотивация», конечно, связан со значительным усилением влияния социально — психологических факторов на формирование и развитие экономических процессов, усложнением форм и способов участия человека в экономике, развитием методологических основ междисциплинарного подхода к исследованию предметной области менеджмента. Глубокое комплексное изучение категории мотивация, поиск новых путей и способов ее совершенствования возможны только на междисциплинарной основе. Теоретическая и эмпирическая работа по изучению мотивации ведется в рамках как отдельных наук, так и на их стыке — есть дисциплинами, которые синтезируют достижения и технологии других научных направлений.

Для построения эффективной мотивационной системы в той или иной организации необходимо не просто применить определенные меры стимулирования персонала, но и учесть совокупность факторов для управления стимулированием персонала, что позволит образовать прочные социальные связи между предприятием и его работниками. Рассмотрим некоторые факторы и методы построения стимулирования.

К числу общих социально-экономических факторов, которые влияют на трудовую активность человека, относят факторы макросреды, а также локальной и общей микросреды. К факторам макросреды относятся: система социальных отношений в обществе, условия жизни че-

ловека, которые создают необходимые предпосылки для духовного и творческого развития личности. Факторы общей микросреды характеризуют специфические условия деятельности работников в производственном коллективе, особенности его социальной ориентации. К ним относят организационную структуру коллектива, систему социального управления, стимулирования труда, решаемые коллективом задачи, отраслевую специфику, содержательность и условия труда, быта и досуга работников, уровень социального и экономического развития коллектива. Факторы локальной микросреды действуют в рамках первичного коллектива, ограниченной группы и в основном обусловлены факторами общей микросреды, поскольку являются их конкретным проявлением. Роль каждого фактора в формировании трудовой мотивации зависит от значения при осуществлении процесса трудовой деятельности отдельных социальных групп, удовлетворения их потребностей, реализации интересов. Факторы формирования отношений к труду делят на объективные, обусловленные особенностями производственной и непроизводственной сред, и субъективные, связанные с отражением внешних условий в сознании работников с их индивидуальными особенностями [4].

Вместе с этим, серьезным фактором мотивации персонала является получение социальной защищенности. В современной практике эту роль играет социальный пакет, предоставляемый работодателем. Социальный пакет будет иметь ценность в том случае, когда предлагаемые социальные льготы являются важными и значимыми для работников. Он выступает альтернативным механизмом, который способствует повышению общего вознаграждения работника вместо повышения заработной платы. Введение предприятием социального пакета способствует формированию положительной деловой репутации, позволяет строить с работниками партнерские отношения. Широкое распространение социальных льгот и гарантий в структуре общего вознаграждения было основано в 1970-х годах сначала в американских, а затем и в европейских компаниях. Оно было связано с необходимостью привлечения и удержания квалифицированного персонала при повышении социальной ответственности бизнеса. Сейчас в мировой практике прослеживаются две основные тенденции управления социальным пакетом. Первая связана с изменением доли и структуры социального пакета в общем объеме социальных расходов крупных компаний.

Можно с уверенностью сказать о том, что социальная защита работников предприятия, реализация идей социальной справедливости в рамках предприятия, удовлетворение более широкого круга потребностей является даже более важным элементом в деятельности служб управления персоналом, чем просто материальное обеспечение. Социальная защита персонала позволяет предприятию представить себя коллективным членом сообщества, продемонстрировать понимание социальной ответственности и нужд своих работников, стремление гибко реагировать

на различные их потребности, обеспечивая тем самым атмосферу сотрудничества, взаимопонимания, что является основой эффективного взаимодействия на предприятии. Конечно, не во всем и не всегда предприятие может обеспечить удовлетворение потребностей своих сотрудников, но стремление к этому и реализация этого стремления обычно высоко ценится коллективом и вызывает мотивацию к труду и положительное отношение к предприятию и его руководству. Так, кадровая политика, элементом которой является социальная защита персонала, является показателем внутренней этики предприятия, составляет его имидж.

Несмотря на имеющиеся различия в интересах, основу взаимоотношений предприятия и персонала составляет партнерство в достижении общих целей, сотрудничество и взаимопонимание.

Социальное партнерство — такая система отношений между наемными работниками и собственниками средств производства, при которой признаются разногласия экономических интересов различных социальных групп и право каждого из них отстаивать свои интересы через поиск компромиссов, путей взаимопонимания и сотрудничества в условиях согласия.

Социальное партнерство на предприятии — это система мероприятий, обеспечивающая сотрудничество наемных работников с работодателями. Такое сотрудничество осуществляется постоянно на двусторонней основе, преимущественно в форме коллективных переговоров, коллективных договоров и соглашений, регулирующих социально-трудовые отношения.

Социальное партнерство, следовательно, есть не что иное, как признание конфликта и введение его в легитимные и конструктивные рамки. Оно строится на принципе равенства партнеров и их способностей договориться между собой. Социальное партнерство тесно связано с понятиями производственной, экономической и социальной демократии. 5

Все эти факторы являются серьезной поддержкой и основой политики стимулирования труда работников, а в отсутствии таких факторов даже самые эффективные при прочих равных условиях материальные программы мотивации не достигнут желаемого результата и реальной отдачи.

Характер и структура потребностей отдельного индивида зависят от реальных возможностей, материального и культурного уровня общества, самого индивида, его личных свойств. С изменением семейного положения, уровня образования, квалификации, возраста меняются и потребности. На формирование и развитие потребностей существенное влияние также имеют социальные условия жизни и воспитания. Совокупность потребностей и уровень их удовлетворения — важный показатель качества жизни населения.

Анализ научных трудов по управлению персоналом позволяет утверждать, что решение теоретических и практических проблем мотивации персонала способствовать качественному развитию других функций управления, обеспечит надежность и эффективность бизнеса. Особого внимания требует мотивация управленческого персонала, роль которого значительно возросла в условиях усиления динамичности и условий внешней среды, перманентного формирования непредвиденных кризисных ситуаций. Такая мотивация формируется как сложная система, особый механизм, в котором сочетаются инструменты различных методов управления и обеспечивающий конструктивное влияние на поведение человека, выполняющего управленческие функции. В существующих публикациях недостаточно раскрыты характерные особенности механизма мотивации управленческого персонала предприятия. Существуют значительные различия в определении составляющих этого механизма. Отсутствует комплексность подходов к определению факторов, влияющих на него в условиях усиления непредсказуемости и уникальности критических ситуаций, требующих антикризисного управления. Не до конца решенными остаются вопросы гармонизации интересов предприятия и работника в процессе формирования и развития механизма мотивации управленческого персонала. Существуют практические проблемы по определению критериев и подходов к оценке его результативности. Значение и актуальность рассматриваемых вопросов для многих предприятий обусловили выбор цели исследования, которая заключается в обобщении теоретических основ и определении практических предпосылок изучения систем экономических и социально-психологических факторов в управлении стимулированием персонала.

#### Литература:

1. Доронина, Н.С. Механизм мотивации управленческого персонала. Научное издание/М.С. Доронина, Л.А. Сасин, В.М. Луговая, Г.М. Надьон. — М.: АдвАтм, 2010. — 240 с., с. 155
2. Доронина, Н.С. Механизм мотивации управленческого персонала. Научное издание/М.С. Доронина, Л.А. Сасин, В.М. Луговая, Г.М. Надьон. — М.: АдвАтм, 2010. — 240 с., с. 91
3. Гладышев, А.Г. Социальное управление. Теория и методология: [учебн. пособ. в 2 ч.]/А.Г. Гладышев, В.Н. Иванов, А.В. Иванов — М.: Муниципальный мир, 2009. — Ч. 2. — 2003. — 316 с.
4. Гетман, А., Шаповал В.М. Экономика предприятия: Учеб. пособие. — 2-е издание. — К.: Центр учебной литературы, 2010. — 488 с., С. 171.



## Страхование банковских рисков в России: тенденции и перспективы

Тарханова Елена Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Пастухова Анна Валерьевна, магистрант

Тюменский государственный университет

Страхование банковских рисков занимает особое место в системе управления. Зародившись в США, банковское страхование в настоящий момент адаптируется с учетом местного законодательства и функционирует во многих странах мира, в том числе и в России.

Отечественные банки в настоящее время располагают двумя основными методами борьбы с рисками. Первый из них характеризуется наличием большого количества внутренних положений и инструкций, а также разработанных методик действий в условиях форс-мажоров. Второй метод борьбы с банковскими рисками заключается в формировании резервов на возможные потери. Данные методы имеют сомнительную эффективность в условиях действительно серьезных потрясений. Но в настоящее время в условиях нестабильности экономической ситуации и необходимости оптимизации банковских рисков банки стали использовать третий метод — страхование банковских рисков. Данный метод весьма перспективный и набирает обороты, так как в случае наступления риска он позволяет получить реальное возмещение ущерба, убытков и прочих неприятностей материального характера [7].

В теории элементы системы банковского страхования делят на две основные группы. В первую группу входят объекты страхования и риски, являющиеся общими практически для многих предприятий и организаций. Во вторую группу входят объекты и риски, обусловленные специфичностью банковской деятельности.

Среди видов страхования, которыми банки пользуются наряду с другими предприятиями и организациями, в частности, выделяются следующие:

- страхование зданий от разрушения и повреждения в результате пожаров, стихийных бедствий, взрывов, противоправных действий третьих лиц и других случайных событий;

- страхование имущества банков от утраты, гибели или повреждения в результате пожаров, стихийных бедствий, взрывов, противоправных действий третьих лиц и других случайных событий;

- страхование компьютеров, оргтехники и другого электронного оборудования от поломок, повреждения, гибели или утраты в связи с пожарами, взрывами, наливом водой, хищениями и другими противоправными действиями третьих лиц, техническими неисправностями, конструктивными недостатками, воздействиями электрического тока и другими событиями. Данное страхование может обеспечить страховую защиту носителей информации и саму информацию на случай утраты;

- страхование денежных знаков и ценных бумаг от кражи и уничтожения;

- страхование автотранспортных средств, принадлежащих банкам, от гибели или повреждения в результате дорожно-транспортных происшествий, пожаров, угона, других противоправных действий третьих лиц и прочих случайных событий;

- страхование гражданской ответственности банков как владельцев транспортных средств, недвижимости и другого имущества за ущерб, причиненный третьим лицам;

- страхование сотрудников от несчастных случаев, медицинское страхование, страхование пенсий, и другие виды личного страхования. Данное страхование осуществляется на условиях, практически ничем не отличающихся от тех, по которым соответствующее страхование осуществляется с другими предприятиями и организациями [10].

Банковское страхование, учитывающее специфику банковской деятельности, включает:

- страхование банковских ценностей и другого имущества банков;

- страхование компьютерного оборудования и программного обеспечения в банковской сфере, включая страхование от компьютерного мошенничества;

- страхование от рисков, связанных с применением пластиковых карточек в банковской сфере;

- страхование кредитов (как непосредственное страхование кредитов, так и страхование обеспечения кредитов, включая страхование жизни заемщика);

- страхование банковских вкладов (депозитов) [3].

Актуальное состояние страхования банковских рисков в России, обусловленное минувшим экономическим кризисом, претерпело весьма разнонаправленные изменения стоимости страхования разных видов банковских рисков. Так, повысилась стоимость страхования банковских рисков с высокой долей человеческого фактора [4]. К ним можно отнести такие как полисы страхования банкоматов, а также наличности в них. В то же время стоимость страхования «обычных» видов рисков, к которым относится недвижимость, движимое имущество и так далее, напротив, существенно снизилась.

Специалисты в области страхования банковских рисков отмечают, что последствия кризиса оказали двойное влияние на рынок банковского страхования: резкое сокращение объемов, с одной стороны, и осознание банками того, что страховка — это действительно инструмент защиты от форс-мажора — с другой. Это свидетельствует о том, что в России страхование банковских рисков на пути развития, тогда как в Европе страховой рынок по своим объемам намного больше банковского.



Тем не менее, анализируя рынок страхования банковских рисков, прослеживается тенденция к росту его объемов. В частности, в 2013 году объем рынка банкострахования составил 161 млрд. рублей, что на 28% выше показателя прошлого года [2]. Специалисты связывают это с тем, что происходит восстановление докризисного уровня банковского страхования. Укрепляются позиции на рынке таких видов страховой защиты, как страхование банкоматов и ценностей на хранении. Данные тенденции на фоне кризиса, когда банки пытались максимально сократить свои расходы, сокращая страховые программы, оставляя только, которые защищают их от катастрофических последствий, весьма продуктивны на сегодня. Так, несмотря на то, что в 2013 году сужение открытого рынка в банкостраховании нанесли сильнейший удар по прибыли страховых компаний, а падение рентабельности собственных средств страховщиков (до 5% по итогам 2013 года) и ожидаемое замедление роста страхового рынка (до 10% в 2014 году) осложнило привлечение инвестиций, все же повысилось качество урегулирования убытков, произошло стимулирование развития партнерских продаж и некредитного банкострахования [7].

Рассмотрим актуальную ситуацию страхования банковских рисков в России.

Комплексное страхование банковских рисков в России (полис «ВВВ») в последнее время становится популярен, что обусловлено желанием банков защитить свои имущественные интересы. Стандартные условия страхования, разработанные андеррайтерами Ллойдс (Lloyd's) и адаптированные отечественными страховщиками, включают в покрытие следующие основные риски [8]:

- убытки от нечестных действий сотрудников банка (нелояльность персонала);
- убытки от утраты имущества в помещениях банка;
- убытки при перевозке;
- убытки от подделки и внесения изменений в документы;
- убытки от операций с ценными бумагами;
- убытки от принятия фальшивой валюты.

Банки приобретают полис «ВВВ» с требуемым покрытием, включающим компенсацию части (или одного) из приведенного перечня рисков, а также некоторых других рисков, к тому же условия, предоставляемые страховщиками, постоянно расширяются [3].

Растет риск нелояльности персонала банка в настоящее время в России с точки зрения вероятности убытков и их последствий. Согласно статистике, 70–80% преступлений в банковской сфере совершается либо непосредственно сотрудниками банка, либо при их соучастии. Также умышленные неправомерные деяния руководителей банков обходятся возглавляемым ими организациям очень дорого. Уменьшить денежные потери, понесенные из-за неправильных решений топ-менеджмента, позволяет страхование ответственности директоров и иных должностных лиц (Directors & Officers Liability). Страхование ответственности директоров в России в первую очередь связано с выходом компаний на рынки ценных бумаг,

так как риск предъявления претензий к директору в этом случае значительно увеличивается [6].

Стало пользоваться популярностью среди банков страхование от электронных и компьютерных преступлений. Такой полис покрывает риски, в случае, ввода ложной информации в электронные базы данных, а также противоправных действий сотрудников. Кроме того, подобный полис компенсирует убытки от преднамеренной порчи электронных данных при их хранении, во время записи или при перевозке, возмещает потери, возникшие в результате фальсификации документов клиентов и осуществленных на их основании операций, и так далее [9].

В рамках страхования финансового института от электронных и компьютерных преступлений банки страхуют Интернет-банкинг, в данном случае под страховое покрытие попадают те случаи, когда ответственность за операции несет банк, а также мошенничество третьих лиц.

Страховой полис «ВВВ», вошедший на российский рынок страхования банковских рисков в 1998 году, на сегодняшний день остается основным методом защиты банков от рисков внутреннего и внешнего мошенничества.

Не менее актуальным для банков остается страхование, связанное с мошенническими действиями с использованием пластиковых карт. В качестве защиты от данных рисков, банк может обращаться к различным видам страхования данных рисков. В перечень страховых случаев входят:

- списание денежных средств с карточного счета клиента в результате проведения третьими лицами мошеннических транзакций с использованием поддельных пластиковых карт;
- списание денежных средств с карточного счета клиента в результате проведения третьими лицами мошеннических транзакций с использованием утерянных клиентом или украденных у него пластиковых карт;
- списание денежных средств с карточного счета клиента на основании подделанных документов по операциям с использованием платежных карт, подтверждающих проведение транзакций держателем банковской карты и тому подобное [3].

Для защиты имущественных интересов банка от подобных мошеннических действий существует полис страхования банка-эмитента пластиковых карт, Страхователем в данном случае выступает сам банк, который должен возместить своим клиентам похищенные денежные средства. Как правило, банк страхует всю свою эмиссию карт в целом.

Стоимость полиса страхования определяется индивидуально для каждого страхователя (банка), исходя из объема эмиссии карт, предыдущих убытков, а также различных параметров рискосаженности. В данном виде страхования покрываются такие риски, как подделка, подлог, утрата карт и использование информации, содержащейся на карте. Страховым случаем является убыток страхователя по независящим от него обстоятельствам в результате несанкционированного использования эми-

тированных страхователем карт, либо информации, содержащейся на указанных картах, либо поддельных карт. Согласно статистике Ингосстраха, убытки по этому виду страхования происходят достаточно часто. При этом средняя сумма по одному убытку обычно не превышает 5–10 тысяч евро. В то же время общая величина убытков банка за год может достигать в отдельных случаях 100–200 тысяч евро, а иногда и больше [2].

Но, не смотря на позитивные тенденции развития страхования банковских рисков, имеется и ряд проблем. Одной из таких проблем развития банкострахования является низкая прозрачность деятельности страховых компаний. Фактически страховую деятельность на рынке ведут порядка 40–50 страховщиков. Кроме того зачастую страховщики искусственно занижают стоимость страхования банковских рисков, что приводит к проблемам с выплатами страховых возмещений при непосредственном наступлении страховых случаев.

Кроме того, многие страховые компании не готовы разрабатывать индивидуальные условия страхования рисков банка, что также вызывает претензии со стороны банков, так как типовые формы договоров, содержащиеся в правилах страхования, не всегда удовлетворяют пожеланиям банка [16].

Зачастую страховые компании относятся к банку с установкой на возможное страховое мошенничество с его стороны. Однако подавляющее большинство возникающих страховых убытков банка не являются критическими для него [14].

Основным критерием для банка при выборе партнера среди страховых компаний является финансовая устойчивость страховщика и, как следствие, его возможность своевременно выполнить свои обязательства. Кроме того, для банков, обладающих разветвленной региональной

сетью, важно наличие представительств компании-партнера в регионах присутствия банка.

Также основным конкурентным преимуществом страховщика считает стоимость страхования банковских рисков. Однако единых условий страхования среди российских страховщиков нет, и конкурентное преимущество страховщика складывается из нескольких параметров: финансовая устойчивость страховщика, наличие надёжной перестраховочной защиты, готовность разрабатывать индивидуальные условия страхования, требуемые банку. Немаловажную роль играет положительный опыт предыдущей работы страховой компании с банком, особенно опыт беспроблемного урегулирования его убытков [13].

Итак, договор страхования банковских рисков — это очень тонко настроенный механизм, который отвечает и требованиям банка к защите своих рисков, и возможностям страховой компании. Набор застрахованных рисков, закрытый список документов, необходимых для урегулирования претензий, размер франшиз, сроки рассмотрения и выплат, история убытков для конкретного клиента, а также ситуация с убыточностью по рынку в целом — все это в совокупности определяет страховой тариф, который для действительно крупных проектов может варьироваться от абсолютного минимума в 0,03% от общей страховой суммы в год до 0,3%, если требуется максимально полное покрытие.

Понятно, что защититься от всех банковских рисков с помощью одного только страхования невозможно. Внутрибанковские процедуры по выявлению, оценке и управлению рисками призваны не допустить реализации опасных событий в жизни кредитной организации, или хотя бы минимизировать их последствия. Сформированные заранее резервы на возможные потери позволяют распределить убытки во времени.

#### Литература:

1. Федеральный Закон РФ «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N 395–1 (в актуальной редакции)// «Российская газета», N 27, 10.02.1996.
2. А. А. Водинский. Взаимодействие банковского и страхового бизнеса// СибАК. 2013
3. Банкострахование. //Рейтинговое агентство Эксперт РА. 2012
4. Комплексное страхование банковских рисков.// Банкир. Ру. 2013
5. Марина Корф. ИА «Банкир. Ру. «Банковское страхование: перспективы». 2011
6. Мировой финансовый кризис и его последствия на рынке банкострахования. — [Электронный ресурс] — URL: <http://pressrelizy.ru/archive/business/71192.html>
7. Н. Жилкина. Страхование банковских вкладов: как это работает?// Компьютер. ру. 2012
8. Н. Шульгина. Соломка для заемщика//Эксперт. 2013
9. Развитие банкострахования. Рейтинговое агентство Эксперт РА. 2012
10. Страховой рынок в 2012 году: тенденции, итоги, перспективы.// Национальным рейтинговым агентством (НРА). 2012
11. Н. Шульгина. Соломка для заемщика//Эксперт. 2013
12. Комплексное страхование банковских рисков.// Банкир. Ру. 2013
13. Банкострахование.//Рейтинговое агентство Эксперт РА. 2012
14. Банкострахование.//Рейтинговое агентство Эксперт РА. 2012
15. Развитие банкострахования. //Рейтинговое агентство Эксперт РА. 2012
16. М. Корф. Банковское страхование: перспективы. // ИА Банкир. Ру. 2011.

## Болезни проектов и программ: причины и лечение

Тесля Юрий Николаевич, доктор технических наук, профессор  
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко (Украина)

Данченко Елена Борисовна, кандидат технических наук, доцент  
Университет экономики и права «КРОК» (г. Киев, Украина)

Кубявка Любовь Богдановна, аспирант  
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко (Украина)

*Раскрыта связь между негативными взаимодействиями в проектах и возникновением отклонений (болезней) в них. В качестве примера приведены особенности программ информатизации ВНЗ и их влияние на возникновение отклонений. Предложена классификация «болезней» проектов и программ. Рассмотрены сценарии (методики) «лечения болезней» проектов.*

**Ключевые слова:** особенности проектов, влияние, «болезнь» проекта, «лечение».

Современное управление проектами сопряжено с колоссальным количеством взаимодействий, значительная часть которых приводят к негативным результатам в самих проектах [1]. Динамическое окружение, собственные интересы членов команд проектов и многое другое приводит к тому, что в проектах возникают непредвиденные изменения, конфликты, происходят рискованные события, вдруг ниоткуда рождаются проблемы [2]. И проект идет не по плану. Просматривается аналогия с жизнедеятельностью биологических объектов. Вроде все нормально. Но вдруг возникают воздействия, приводящие к болезням. Вирусы, микробы, воздействия завистников или начальства приводит к тому, что организм начинает работать не так как надо, не по плану.

Получается, что по аналогии с возникновением болезней живых организмов, возникают болезни проектов. И их источником является влияние и среды проектов, и его окружения. Таким образом, для эффективного управления проектами необходимо найти способы «лечения», аналогичные способам лечения живых организмов.

Для начала зададимся определениями:

**Определение 1. «Болезнь» проекта** — это неплавающее и неблагоприятное изменение в качестве реализации функций управления и/или реализации проекта.

**Определение 2. Неблагоприятное воздействие на проект** — воздействие динамического окружения или среды, приводящее к возникновению болезни проекта (отклонения в плановом выполнении).

Управление проектами, как предметная область исследований, является важной и сложной областью деятельности различных организаций. В этой области важно выделить те особенности, которые и порождают неблагоприятные воздействия на проект.

Для решения этой задачи рассмотрим специфику проектной деятельности в современных условиях и влияние особенностей на возникновение «болезней» проектов. Рассмотрим их исходя из специфики деятельности авторов исследования [3]. Это управление программами информатизации высших учебных заведений.

Особенности программ информатизации вузов формируют множество влияний в информационной, организационной и функциональной среде вузов, которые в свою очередь определяют и характер процессов по реализации проектов, и динамическую структуру самих проектов. И, наконец, специфику управления программой, а также те болезни, которые возникают в системе управления [4].

**1. Взаимосвязь проектов и продуктов.** Обычно программы/портфели включают десятки и сотни проектов, которые должны реализовываться параллельно или в соответствии с продуктовой структурой организации. Например, невозможно обеспечить доступ к мировым информационным источникам без применения средств скоростного выхода в Интернет. Невозможно определить объемы учебной нагрузки преподавателей без формирования контингента студентов. Невозможно создать ИТ-инфраструктуру без установки серверов. И т. д. А это в свою очередь влияет на порядок выполнения проектов, на использование ресурсов и ведет таким болезням проекта как: срыва сроков из-за отставаний в других проектах (нарушение сна); риски несогласованности продуктовых структур (дисбактериоз); конфликты из-за ресурсов (нервные болезни).

**2. Финансирование программ информатизации высших учебных заведений.** Государством уже давно не выделяются средства на информатизацию вузов. Поэтому это реализуется за счет самих вузов, спонсоров, студентов и т. п. Отсюда — их недостаточное количество.

Данная особенность создает: риск реализуемости проектов и программ (поведение, влекущее за собой угрозу жизни); изменения в ходе реализации (физические травмы); качество продукта проекта (врожденные дефекты).

**3. Динамический характер развития рынка технических и программных средств.** Быстро меняется рынок технических и программных средств, поэтому при разработке долгосрочных проектов учитываются такие средства, которые до его окончания могут морально устареть. Это влияет на работу команды проекта. Все время

надо изучать тенденции в развитии средств ИТ технологий [5]. Что влечет за собой: изменения в постановке задачи и в средствах ее решения (нерациональное питание и как следствие — гастрит); дискуссии и конфликты по поводу конфигурации проекта (нервные болезни).

**4. Неопределенность.** Программы информатизации характеризуются значительной неопределенностью каждого из следующих этапов реализации. Это связано с отсутствием информации о том, какие элементы динамического окружения и как будут влиять на программу информатизации и к чему это приведет [6]. Отсюда неоднозначность и неопределенность фаз идеи и разработки концепции. Информация о внешней среде, о актуальных задачах в будущем, о связи между проектами, продуктами и их компонентами никогда не может быть полной; принципиально невозможно выполнить замену программы информатизации совокупностью простых проектов, которые могли бы быть решены и однозначно отвечали бы общей проблеме; принятие окончательного решения всегда сопровождается риском ошибки, и др.

Проекты сами по себе сложные с точки зрения инновационных продуктов. В их создании принимают участие специалисты, которые выполняют разные роли, по-разному взаимодействуют [7]. Это приводит к тому, что очень трудно предсказать влияние множества факторов на проект, и, соответственно, отклонения по ходу реализации проекта. Но под воздействием таких влияний возникают болезни проектов: неточность в определении параметров проекта и управленческих решениях приводит к многочисленным изменениям (доброкачественные опухоли); риски невыполнения плана и финансирования (получение физических травм и отсутствие питания, со всеми последующими заболеваниями).

**5. Значительной стоимостью проектов.** Средства информатизации имеют значительную стоимость, быстро меняются. Расходы на их использование тоже немалые. А свободных средств обычно нет. Это влияет на подбор специалистов, которые будут вести работы (обычно это студенты). И к приобретению самых дешевых средств. Что в свою очередь приводит к снижению качества продуктов (дистрофия).

**6. Необходимостью согласования взаимодействия принципиально разных подсистем в составе всей системы управления информатизацией вузов.** К таким подсистемам можно отнести продукты проектов; средства информатизации; технологии создания продуктов; технологии проектирования программно-информационных средств; организационные структуры информатизации; планирование и мониторинг процессов информатизации и др. Поскольку качественно решить эту задачу сложно, то в управлении проектами проявляется дисбаланс между функционированием различных подсистем [8]. Что приводит к постоянным изменениям в проектах (гипер — и гипотрофия).

**7. Различные цели участников проектов.** Подразделения вуза, руководство, работники, внешние органи-

зации, министерство имеют разные цели и разное видение путей реализации проектов, их стоимости, необходимых средств и т. п. И каждая из этих задействованных структур «по своему» влияет на решение по проектам информатизации. Это приводит к возникновению конфликтом между различными участниками проектов, что в свою очередь ведет к «организационным играм», а не к решению задач проектов (неврозы).

Представим графически влияние этих особенностей на программу информатизации.

Как было сказано выше, влияния приводят к «болезням», которые являются адекватной реакцией на неблагоприятные воздействия. Или иначе говоря, «болезнь» — результат (следствие) воздействия. Для ликвидации «болезней» необходимо разработать методику лечения. Под «лечением болезней» проекта будем понимать процессы, которые позволяют непосредственно повлиять на «болезнь» проекта и восстановить его нормальное (плановое) состояние, то есть устранить вообще, или уменьшить негативные последствия воздействий на проект.

Предлагается следующая логическая схема «лечения болезней» проектов:

1. Проводится обследование проекта — анализируются данные о возможных «болезнях».
2. Проводится диагностика «болезней» проекта. Определяется, к какому классу относятся найденные «болезни» проекта.
3. Определение степени тяжести «болезни» и прогнозирование ее последствий.
4. Построение дерева воздействий на «болезнь» (схемы лечения). По сути, речь идет о разработке возможных сценариев лечения «болезни» проекта.
5. Выбор сценария лечения «болезни» проекта. Авторами предлагается 10 возможных сценариев лечения болезней проекта:
  - 5.1. «Болезней» не возникло, «лечение» не нужно.
  - 5.2. Управление изменениями (обследование и назначение лечения).
  - 5.3. Устранение возможности рискового события (план операции).
  - 5.4. Уменьшение последствий наступления рискового события (реабилитационные мероприятия).
  - 5.5. Применение антивоздействий к неблагоприятному воздействию (схема капельниц и уколов).
  - 5.6. Принятие неблагоприятного воздействия (лечение хронического заболевания).
  - 5.7. Устранение проблемы (схема хирургического вмешательства).
  - 5.8. Устранение конфликта (как изменить образ жизни).
  - 5.9. Примирение конфликта (схема применения успокаивающих средств).
  - 5.10. Изучение проблемы (схема диагностики).
6. Выбор проектным менеджером методов «лечения» для имеющихся «болезней» проекта. Построенные «де-



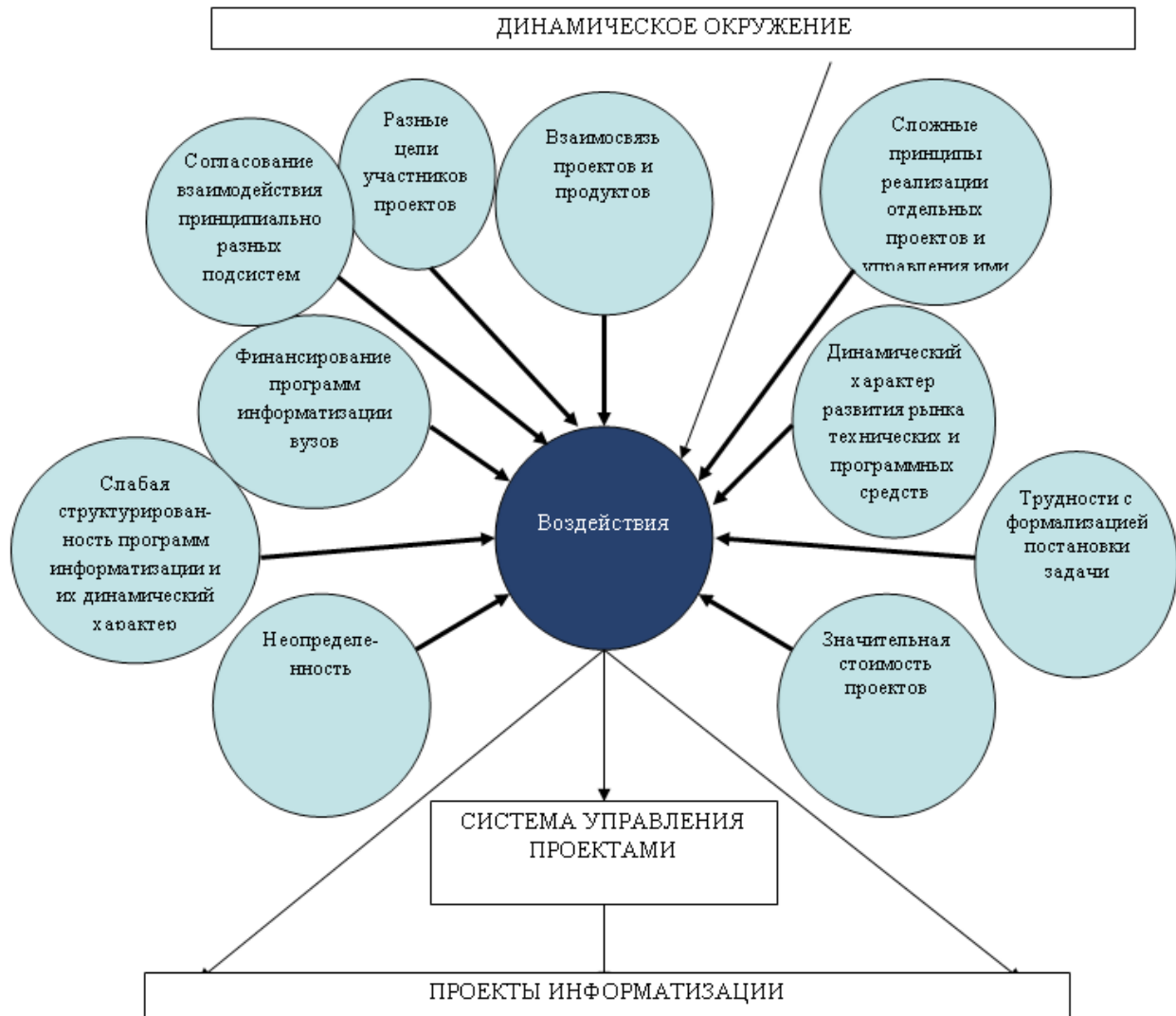


Рис. 1. Особенности проектов информатизации, влияющие на возникновение «болезней» проектов

рева болезней» и выбор сценариев управления «лечением».

7. Проведение соответствующего лечения — реализация мероприятий, в соответствии с выбранными сценариями «лечения болезней» в проекте.

8. Контроль результатов «лечения». Если «лечение» не помогло уменьшить негативный эффект от «болезней», переход к п. 1 — возможно, диагноз был поставлен неверно, возможно, методы «лечения» были неэффективными, но необходимо повторное обследование и повторное «лечение».

9. В случае успешного «лечения» выбор и применение профилактических методов для того, чтобы «болезнь» не повторялась, чтобы не было осложнений или дальнейшего развития (изменение функций управления).

10. Обобщение полученных уроков — сбор статистических данных и анализ проведенных действий по «лечению болезней». Оценка эффективности проведенного «лечения».

Реализация предложенной логической схемы позволит управлять «лечением» всех видов «болезней» проекта (риски, изменения, проблемы, конфликты), то есть не применять отдельные инструменты управления рисками, изменениями, проблемами, конфликтами проекта, а делать это системно, гораздо быстрее и эффективнее.

Для «лечения болезней» проектов предлагается использовать следующие методы:

1. Народные (нетрадиционные) методы. Руководитель проекта принимает решение о «лечении болезни» проекта нестандартно (творчески), и оно основывается не на классических подходах управления рисками, изменениями, проблемами, а на собственной интуиции, опыте. Аналоги таких методов в методологии управления проектами — специфические методы борьбы с отклонениями в проектах, которые зависят от типа проектов и от сферы их реализации [9].

2. Неоперативные (консервативные, терапевтические) методы. Руководитель проекта пытается уменьшить негативное влияние «болезни» на проект, не применяя



удаления (исключения) воздействия (или источника воздействия), вызывающего «болезнь». Аналоги таких методов в методологии управления проектами — методы предупреждения и уменьшения влияния отклонений в проектах.

3. Оперативные (хирургические) методы. «Болезни» проекта «лечатся» посредством изъятия (удаление) «больной» части проекта или источника «болезни». Аналоги таких методов в методологии управления проектами — уклонение от рисков, кардинальная перепланировка проекта, увольнение работников.

4. Реанимационные методы — заключаются в оперативных действиях по быстрому и эффективному «лечению» проекта. Необходимы в случаях катастрофических последствий от «болезней» проекта, когда проект на грани срыва, закрытия, невыполнения. Применение этих методов обычно требует значительных затрат, но они помогают «спасти» проект в критической ситуации. Например, дополнительное финансирование, значительное и быстрое перепланирование всего проекта. Аналоги таких методов в методологии управления проектами — оперативное принятие решений по управлению отклонениями в проекте, разработка и реализация незапланированных ранее действий по оперативному устранению негативных последствий уже реализованных отклонений [10].

Если сравнить приведенную классификацию методов «лечения болезней» проекта с существующими различными классификациями методов управления отклонениями в проекте (рисками, изменениями, конфликтами,

проблемами), очевидно, что предложенная классификация является гораздо проще, но при этом она впитывает в себя и обобщает все существующие методы управления отклонениями в проекте.

Предложенный подход к управлению отклонениями в проектах (построенный по принципу аналога с болезнями живых организмов) поможет проектному менеджеру быстро и эффективно выбрать подходящие в конкретной ситуации методы.

### Выводы

В результате проведенного исследования выделены источники воздействий на проекты и программы, приводящие к различным отклонениям в них. Такими источниками являются: среда проектов и программ, динамическое окружение проектов и программ, особенности проектов и программ. В качестве примера рассмотрены особенности программ информатизации высших учебных заведений. Для создания эффективных инструментов управления проектами в условиях непредвиденных отклонений предлагается использовать метод аналогов и представить эти отклонения «болезнями» проектов. Классифицированы виды болезней, предложены сценарии и методы их лечения и профилактики.

Такой подход позволяет объединить различные принципы, концепции, теории и инструменты управления рисками, изменениями, конфликтами и проблемами в единую методологию управления отклонениями в проектах (болезнями проектов).

### Литература:

1. Дж. Харрингтон. Совершенство управления проектами. — М.: РИА «Стандарты и качество», 2009. — 327 с.
2. Коган, В.З. Теория информационного взаимодействия. — Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 1991. — 320 с.
3. Тесля, Ю.Н. Управление «болезнями» проекта/Ю.Н. Тесля, О.Б. Данченко//Тез. XI междунар. конф. 23–24 трав. 2014 «Управление проектами в развитии общества».
4. Ивченко, С.В. Оценка влияния корпоративных социальных и благотворительных программ на показатели основной деятельности компании: обзор зарубежного опыта. Сборник «Благотворительность в России: исторические и социально-экономические исследования», №2/2003 год. Изд. Фонд Институт экономики города. [www.urbanecomics.ru/publication](http://www.urbanecomics.ru/publication)
5. Тесля, Ю.Н. Развитие компетентности организации в управлении проектами, программами и портфелями проектов/Ю.Н. Тесля, О.Б. Данченко// — К.: Киев. нац. ун-т стр-ва. и арх., 2014. — 260 с. — с. 60–61.
6. Kuprenas AJ, Jung C–L, Fakhouri SA, Jreij GW. Project manager workload-assessment of values and influences. *Project Manage J*2000; 31:44–51.
7. Clarke, N. (2010). The impact of a training programme designed to target the emotional intelligence abilities of project managers. *International Journal of Project Management*, 28 (5), 461–468.
8. ВАККЕР, К. DE, Boonstra, A., Wortmann, H. (2010), Does risk management contribute to IT project success? A metaanalysis of empirical evidence. *International Journal of Project Management*, Vol. 28 No 5, pp. 493–503.
9. ВАККЕР, К. De, Boonstra, A., Wortmann, H. (2012), Risk managements' communicative effects influencing IT project success. *International Journal of Project Management* Vol. 30, pp. 444–457.
10. Success, University of Groningen, Groningen, The Netherlands, 2011, ISBN: 978–90–367–4841–4.

## Влияние внешней трудовой миграции Кыргызстана на социально-экономическое положение Ошской области

Усанова Жамиля Умаровна, соискатель, ассистент  
Ошский технологический университет (Кыргызстан)

*В статье раскрываются основные направления миграционной политики в Кыргызстане, выявляются основные проблемы и влияние внешней миграции на социально-экономическое положение Ошской области.*

**Ключевые слова:** трудовые мигранты, занятость, трудоустройство, миграционная политика.

### The impact of external labor migration on social-economic situation in Osh region

*Summary: The article describes the main directions of migration policy in Kyrgyzstan, the main problems are revealed.*

**Key words:** migrant workers, employment, migration policy.

Наиболее распространенной стратегией первых шагов реформирования социально-экономического положения в Кыргызстане стала политика разнопланового наступления на жизненный уровень населения, сегодня именуемого политологами «игрой на понижение» — при активном участии международных и донорских организаций постепенное снижение заработной платы, социального обеспечения и жизненного уровня основного населения. В данной актуальной проблеме миграции трудовых ресурсов возникает вопрос в двух аспектах: трудности и проблемы, с которыми чаще всего сталкиваются выезжающие из Ошской области на заработки в другие страны, и влияние трудовой миграции на экономическое положение Ошского региона и его безопасность. Необходимо рассматривать трудовую миграцию в перспективе развития человеческих ресурсов Ошской области республики, в контексте национальной миграционной политики, обеспечивающей комплекс законодательных, организационных, экономических мер, направленных на регулирование выезда из страны населения, борьбы с нелегальной миграцией и торговлей людьми, а также охраны их жизни и здоровья на принимающей территории.

К основной проблеме первого аспекта относится в первую очередь нелегальная миграция, которая, несмотря на предпринимаемые нашим государством и всевозможными общественными объединениями, многолетние усилия и ужесточение миграционного законодательства — с другой стороны, т. е. в России и Казахстане, по-прежнему остается достаточно высоким. Анализ различных видов нелегального положения кыргызстанцев позволяет выделить три способа стать нелегалом: 1) незаконное пересечение границы; 2) незаконное проживание на территории другого государства; и 3) ведение нелегальной трудовой деятельности [4,5,6,7,10].

В настоящее время для сокрытия фактов незаконной эксплуатации (рабства) женщин участились случаи

их вербовки для занятия проституцией в другие страны под видом фотомоделей, массажистов, домашних работниц и специалистов различных сервисных услуг. В последние годы в Ошской области увеличивается количество фирм, которые обещают гражданам за рубежом найти работу, а фактически продают их в рабство. Фирмы, или напрямую, или через знакомых будущих жертв, предлагают молодым женщинам и девушкам от 18 до 30 лет, особенно из отдаленных горных районов, высокооплачиваемую и безопасную работу прислуги или просто места «неквалифицированных рабочих». Согласно исследованию Международной организации по миграции «Масштабы торговли людьми в Центральной Азии», проведенному в 2010 году, средний показатель числа жертв торговли людьми в Ошской области на 1000 семей внутри страны составляет 35,4, а за пределами Кыргызстана достигает отметки в 114,9.

Более половины — 54% — случаев связаны с эксплуатацией в сельском хозяйстве, 30% — в строительстве, 13% — в домашнем хозяйстве и 3% составляют случаи сексуальной эксплуатации. [1]. В августе 2011 года правоохранительными органами Ошской области была пресечена деятельность четырех лжефирм, работавших без лицензий и набравших «специалистов» в страны дальнего зарубежья. К примеру, фирма «Эльдорадо» посулила трудоустройство на предприятиях Южной Кореи, а частное лицо набирало граждан в далекий Йемен, где якобы нуждались в рабочих руках и готовы были выложить баснословные для ошан суммы свыше тысячи долларов в месяц [2].

В 2008–2010 годы на средства миссии Международной организацией по миграции (МОМ) при участии партнерской сети НПО в Кыргызстане была оказана помощь около 500 жертвам торговли людьми, а в первом полугодии 2011 года выявили 123 жертвы. Помощь была оказана в виде возвращения на родину, правовых, медицин-

ских и психологических консультаций и услуг, обучения профессии и так далее. Мужчины составляют более 60% от общего количества жертв [1]. По данным же Международного Конгресса кыргызстанцев и соотечественников «Замандаш», с 2010 по 2013 годы включительно ими была оказана помощь по вызволению наших соотечественников: 28 чел. — в г. Краснодаре, более 50 чел. — из Перми, 30 чел. — из Хабаровска, 9 чел. — из Анголы, 3 — из Китая. Среди вызволенных — 16 жителей Ошской области, в частности из Ноокатского района — 2 чел., Карасуйского — 2 чел., Араванского — 6 чел., Чон-Алайского — 5 чел. По данным же МВД КР, за период с января 2000 года по октябрь 2012г было зарегистрировано 211 фактов торговли людьми. За пределы республики обманым путем были вывезены более 70 женщин из Ошской области.

Закрепляет рост нелегальной миграции и отсутствие четкого статистического учета количества трудовых мигрантов из Кыргызстана, прибывших, например, в Россию (мы уже не говорим о статистике из Ошской области). Так, по данным общественных организаций, работающих с потенциальными кыргызскими трудовыми мигрантами, в 2009 году на заработки в Россию выехало свыше 800 тыс. человек, а по данным Международной организации по миграции — от 700 тыс. до 1,5 млн. человек, при этом разрешение на работу получили 140 тыс. граждан Кыргызстана [3]. В 2010 году, по данным Федеральной миграционной службы (ФМС) РФ, в Россию прибыло 382 тыс. кыргызстанцев, что на 11% больше, чем в 2009 году. В 2010–2011 годах, по данным ФМС РФ, разрешение на трудовую деятельность (т.е. патент) получили 75501 граждан Кыргызстана. В 2011 году на миграционном учете в России стояло 350–380 тыс. кыргызских граждан, из них разрешение на работу получило около 100 тыс. человек, а трудовые патенты — около 55 тыс. человек. В 2013 году, по оценкам ФМС РФ, в России трудились от 350 тыс. до 1 млн. кыргызстанцев, при этом разрешение на работу гражданам Кыргызстана было выдано 82 тыс. и свыше 64,7 тыс. патентов для работы у физических лиц, что, по данным МИД КР, на 12,2% меньше, чем за аналогичный период 2012 года.

Примечательно, как по-разному оценивают уровень миграции из Кыргызстана в Россию различные ведомства Кыргызстана. Так, по данным Департамента по внешней миграции при МИД КР, в настоящее время в России трудятся от 350 до 500 тыс. кыргызских граждан, а министр труда, миграции и молодежи определяет их количество в 590 тыс., из которых 270 тыс. уже приняли российское гражданство. В этой связи вполне справедливым выглядит мнение Н. Омурова (программный координатор Международной организации по миграции): «К сожалению, в Кыргызстане очень сложно со статистикой в данной области, разные эксперты дают разные цифры. Зачастую статистику запрашивают в России и Казахстане и полагаются на эти данные».

В целом, по данным НПО и правозащитных организаций, в сфере трудовых прав мигрантов особенно распространены следующие нарушения:

- работа без договоров;
- отъем паспортов работодателем;
- невыплата заработной платы;
- установление оплаты труда ниже, чем местным работникам;
- отработка долга;
- отсутствие компенсаций по случаям трудовых травм;
- продолжительный рабочий день (более 50 часов в неделю);
- детский труд (в сфере рыночной торговли и сельском хозяйстве)[5].

Также у мигрантов существуют проблемы с доступом к здравоохранению. Так, например, в Казахстане в соответствии с законодательством лица с временной регистрацией не имеют права на полный пакет услуг здравоохранения. Они имеют право на получение гарантированного объема бесплатной медицинской помощи при наличии у них острых заболеваний, представляющих опасность для окружающих: дифтерия, корь, краснуха, коклюш, скарлатина и т.д. (постановление правительства Республики Казахстан №1937 от 26 ноября 2009 года). Медицинские услуги, не входящие в перечень гарантированного объема бесплатной медицинской помощи, оказываются на платной основе, в том числе в рамках добровольного медицинского страхования или за счет средств работодателя. Медицинская помощь по медицинской страховке оказывается в объеме и по ценам, оговоренным в медицинской страховке.

Не стоит забывать и то, что нелегальная трудовая миграция в последние годы сопряжена также с риском для жизни. Следует отметить, что динамика смертности мигрантов, в том числе по причине заболеваний, увеличивается. Ниже приведены официальные данные, зарегистрированные в Центре трудоустройства КР. Можно предположить, что реальная ситуация в разы превышает служебную статистику.

При этом количество мигрантов, работавших в России, составило — 70 человек в 2012 г. и 90 человек — в 2013 году. В возрастной категории основной процент (29%) погибших мигрантов — молодые люди в возрасте 22–30 лет. По данным МВД РФ, наблюдается рост преступлений, совершенных в отношении мигрантов, с 11,4 тыс. в 2011 году до 12,4 тыс. в 2012 году [5, с. 16]. Однако эта информация редко попадает в СМИ и обсуждается только на уровне экспертного сообщества.

Рассматривая вопрос о поддержке трудовых мигрантов со стороны официальных представителей Кыргызской Республики, надо отметить, что работа в этом направлении кыргызского посольства в Москве, генерального консульства в Екатеринбурге (открыто в 2002 году) и вице-консульства в Новосибирске (открыто в 2005 году) далека от идеала и зачастую имеет очень формализованный характер

Таблица 1. Причины смерти мигрантов, осуществляющих трудовую деятельность за рубежом (Россия, Казахстан, Южная Корея) 2012–2013 гг. [9]

Причины смерти	2012 г.	2013 г.
Заболевания	24	29
Несчастные случаи	21	19
Убийства	8	11
ДТП	5	6
Самоубийство	7	4
Не установлено	19	39
Всего:		-
Из общего числа умерших работали в России	70	90

Помимо официальных представителей Кыргызстана в России данной проблемой активно занимаются национально-культурные центры (НКЦ) кыргызстанцев в городах России, которые стали в основном появляться в начале 2000-х годов. Несмотря на многие проблемы трудовой миграции, отечественные исследователи отмечают, что экспорт рабочей силы приносит Кыргызстану определенные дивиденды благодаря значительным валютным поступлениям — потоки денежных переводов мигрантов более чем в два раза превышают объемы официальной иностранной финансовой помощи, оказываемой по различным каналам, и являются более эффективным инструментом борьбы с бедностью в смысле прямого достижения нуждающихся в них групп населения. С их помощью фактически реализуется принцип «самопомощи». Деньги, заработанные трудовыми мигрантами, активно используются для оплаты медицинских услуг, образования, что позволяет интерпретировать соответствующие средства как социальные переводы, имеющие большое значение для совершенствования человеческого капитала. Мы не совсем согласны с данной позицией, поскольку, как показывают данные современных социологических исследований, сегодня в семьях трудовых мигрантов формируется опасная тенденция, которая заключается в том, что деньги от мигрантов не вкладываются в развитие человеческого капитала — как, например, образование и здоровье детей. Как правило, они расходуются, в лучшем случае, на строительство собственного жилья в Ошской области, но в подавляющем большинстве — на тои, мебель, бытовую технику, машины, участки и дома вокруг Бишкека и Иссык-Куля как новый признак достатка. В этом аспекте показательно исследование «Денежные переводы мигрантов и человеческий капитал детей: новые доказательства на примере Кыргызстана в период между революцией и мировым финансовым кризисом, 2005–2009 гг» Кэтрин Андерсон профессора Университета Вандербильта.

В нем показано, что доля успеваемости учащихся в школе среди мальчиков южных регионов Кыргызстана в возрасте 14–18 лет из домохозяйств, получающих денежные переводы от трудовых мигрантов, ниже, чем доля

учащихся в школе среди других групп детей. Кроме того, было установлено, что девочки из домохозяйств, получающие денежные переводы, в большей степени склонны к недоеданию. Опираясь на обширный эмпирический материал, исследование доказывает, что денежные переводы от мигрантов в Кыргызстане не способствуют улучшению человеческого капитала детей, оставшихся на родине. Эта картина существенно отличается от других стран со схожими темпами в отношении трудовой миграции, как например Филиппины, где деньги трудовых мигрантов в большинстве своем направляются на создание и развитие человеческого капитала — прежде всего, образование детей. Но с чем действительно можно согласиться, так это с тем, что переводы благотворно влияют на платежный баланс Кыргызстана, позволяя уменьшить дефицит по счету текущих операций. Республика получает дополнительный и весьма существенный источник иностранной валюты для финансирования импорта. Международные потоки денежных переводов трудовых мигрантов играют большую роль в осуществлении внешнеторговых сделок. В результате внешней трудовой миграции возникают новые ниши потребительского спроса, увеличивается торговый оборот между Кыргызстаном и принимающими странами, что способствует втягиванию страны в глобальные процессы.

Среди положительных сторон современной трудовой миграции коренного населения Кыргызстана многие эксперты также выделяют то, что выезд кыргызстанцев содействует решению проблемы избытка рабочей силы в республике, сокращается уровень безработицы. Трудовые мигранты повышают свою квалификацию, они приобретают производственные и организационные навыки. Этот момент имеет особую актуальность для Кыргызстана, так как значительная часть коренного населения имеет низкий квалификационный уровень. С данным подходом также трудно согласиться, поскольку, как показало наше исследование, большая часть мигрантов Ошской области трудоустроиваются в принимающих странах в низкооплачиваемых сферах. В то же время вполне можно согласиться с утверждением, что приток мигрантов из Кыргызстана не противоречит интересам при-



нимающих государств — России и Казахстану — не несет угрозы их национальной безопасности. Кыргызские мигранты способны относительно легко интегрироваться в российскую и казахскую этнокультурную среду. Национальная черта кыргызского народа — стремление жить с другими народами в симбиозе — оказывает очень благоприятную роль. Приток трудового населения из Кыргызстана в целом выгоден для России. В страну поступает дешевая законопослушная рабочая сила, умеющая хорошо и много работать. Осенью 2011 г. Левада-Центром по заказу НИУ «Высшая школа экономики» было проведено обследование российских предприятий по проблемам инвестиций в человеческий капитал, взаимодействия с системой профессионального образования и использования труда мигрантов. Так, по оценкам руководителей предприятий, иностранные работники гораздо более управляемы («могут работать сверхурочно, в режиме аврала») и экономичны («работают за меньшие деньги»). Кроме того, по сравнению с российскими работниками мигранты дисциплинированнее («следуют правилам трудовой дисциплины») и, что в определенной мере удивительно, более адаптивны («умеют адаптироваться к новым обстоятельствам, использовать новые возможности»). Иностранные работники обладают практически такими же коммуникативными навыками («умеют работать в коллективе, имеют навыки общения и взаимодействия в коллективе») и способностями к переобучению («умеют переучиваться, осваивать новое в профессии»), что и российские работники. Единственное, в чем мигранты уступают российским работникам — это владение базовыми профессиональными знаниями. Однако разрыв с российскими работниками в этом случае невелик. Кроме того, если учесть, что мигранты часто используются как неквалифицированные рабочие, то «проигрыш» иностранных работников по уровню владения профессиональными знаниями скорее всего не имеет для работодателей принципиального значения и в целом не снижает конкурентоспособность мигрантов на российском рынке труда.

И наконец, последнее, о чем специалисты предпочитают умалчивать. Трудовая миграция наносит урон экономическому потенциалу страны в долгосрочной перспективе. За границей находится молодое поколение кыргызстанцев (17–30 лет), у которых только одно представление о стране как о нечто непривлекательной. В плоскости политического влияния трудовая миграция социализирует не включенного в национальную повестку гражданина, отсюда слабый потенциал нашей «демократии», поскольку общественный запрос конструируется за счет купленных по разным случаям митингующих и изобретению «голосов избирателей».

Нам необходима критическая масса настроенных на решение проблем отечества граждан.

Опыт развития успешных стран часто показывает, что национальные интересы и политические права во многих странах мира отстаиваются именно поколением 17–29 лет.

Стоит обратить внимание еще на одно немаловажное обстоятельство: для Кыргызстана и для Ошской области в частности внешняя трудовая миграция таит в себе потенциальную опасность. Она приводит к опустыниванию целых районов, особенно высокогорных и с неразвитой инфраструктурой. В приграничных населенных пунктах в силу отсутствия безопасности живущих там людей и низкого социально-экономического уровня жизни, много фактов продажи жителей Ошской области своих домов гражданам Узбекистана. Такое положение довольно часто несколько лет назад наблюдалось в приграничных селах Араванского района (Арап, Жаны-Жол, Чертик, Кайрагач-Арык) и Карасуйского района (Керме-Тоо, Монок) [Особая проблема, конечно, на приграничных с Таджикистаном территориях Баткенской области, там ситуация с «ползучей» миграцией катастрофическая]. Каждый год мы теряем десятки квадратных километров нашей страны. Помимо этого реальные вызовы заложены и в дефиците квалифицированных специалистов, особенно в отдаленных регионах. С одной стороны, система образования не воспроизводит кадры, необходимые для функционирования экономики, с другой — низкий уровень оплаты труда при росте стоимости жизни побуждает к поиску лучших условий, способных обеспечить приемлемый уровень жизни. И, пожалуй, самое главное — сегодня массовые миграционные потоки из Ошской области ограничены только двумя основными направлениями — Россия и Казахстан — и любые изменения экономической ситуации и в миграционной политике в данных странах повлекут изменение ситуации в Кыргызстане, что уже, кстати, не раз было.

Также стоит отметить, что с точки зрения влияния трудовой миграции на демографическую ситуацию в большей степени выигрывают принимающие страны. Въезд трудовых мигрантов, несмотря на временный характер их пребывания, как правило, заканчивается их закреплением на постоянное место жительства в стране работы. Миграция омолаживает возрастную структуру населения. Причем это омоложение происходит не в нижней части половозрастной пирамиды (т.е. за счет детей и подростков), а в средней ее части (т.е. за счет людей трудоспособного возраста). Это имеет несомненно положительный эффект и с точки зрения развития рынка труда и роста экономики, если страна нуждается в рабочей силе. В странах-донорах, к каким относится Кыргызстан, отъезд большей части трудоспособного населения сказывается в конечном итоге на генофонде нации. Находясь за рубежом в поисках заработка, стремясь как можно больше заработать и переслать деньги родным, трудовые мигранты экономят на своем здоровье, питании, бытовых условиях, технике безопасности. «Порог здоровья» трудовых мигрантов в целом снижается. По результатам исследования «Условия и состояние социальной реабилитации трудовых мигрантов», проведенного консалтинговой компанией «М-вектор» в 2006 году, установлено, что половина из опрошенных респондентов отметили ухудшение своего



здоровья в стране трудовой миграции (следствие неподходящих климатических условий, тяжелых условий труда, больших физических нагрузок). Авторы исследования пришли к выводу что «почти каждый второй мигрант из числа опрошенных вернулся домой с различными заболеваниями». Среди распространенных проблем со здоровьем: производственные травмы, заболевания желудочно-кишечного тракта, сердечно-сосудистые системы, туберкулез, гепатит, ВИЧ-инфекция, урологические и гинекологические заболевания. При этом большинство кыргызских мигрантов не имеют доступа к квалифицированной медицинской помощи. Почти 50% женщин-эмигранток из Кыргызстана делают аборт в местах пребывания. Причины прерывания беременности, мертворождений и выкидышей, которые случились едва ли не у каждой десятой эмигрантки — результат очень тяжелой работы и отсутствия нормального медицинского наблюдения. Те же, чья беременность закончилась родами (32% от всех эмигранток), сталкиваются с рядом других проблем. До 2010 года полис обязательного медицинского страхования для получения бесплатной медицинской помощи должен был выдавать каждый работодатель в России. После принятия новых изменений он выдается только тем, кто имеет разрешение на временное или постоянное проживание. Тем самым региональные департаменты здравоохранения ликвидировали возможность бесплатного прикрепления детей мигрантов и беременных к российским учреждениям здравоохранения.

Затронув проблему здоровья трудовых мигрантов, невозможно обойти и еще одну деликатную, но очень серьезную тему. По мнению специалистов, именно трудовые мигранты являются основными распространителями в Ошской области ВИЧ-инфекции. Первый случай заражения ВИЧ трудовым мигрантом в Ошской области зафиксирован в 1998 году. Это был житель Ноокатского района, какое-то время работавший в Караганде (Казахстан). Затем резкий скачок заражения ВИЧ случился в 2011 г., тогда было выявлено среди мигрантов 25 инфицированных, вернувшихся из России. Самый высокий показатель приходится сейчас, на 2014 год: за пять месяцев (с января по май) — 32 зараженных среди трудовых мигрантов. Это 60% от количества всех выявленных случаев ВИЧ-инфицирования в Оше и Ошской области. Среди ВИЧ-инфицированных людей самый большой процент, как и прежде, приходится на возраст 20–29 лет и 30–39 лет. Вместе этот процент составляет 64,6. На 1 мая 2014 г. зарегистрированных ВИЧ-инфицированных в Оше — 889, в Ошской области — 1019. Это самые высокие показатели по стране.

Еще одна проблема — в результате оттока трудоспособного населения в Ошской области остается население пенсионного возраста, студенты, школьники, т.е. та категория населения, которая не занята активной трудовой деятельностью, таким образом, увеличивается нагрузка на социальный фонд. Государство не может со-

держивать пенсионеров, поэтому собирается решать эту проблему повышением ценза пенсионного возраста мужчин до 65 лет, женщин до 60 лет. Почти 80% трудовых мигрантов испытывают проблемы с перечислением страховых взносов: не делают или не имеют возможности делать страховые отчисления, рискуя остаться без достойного пенсионного обеспечения в будущем. Социальный фонд проводит разъяснительную работу о необходимости регулярных отчислений в Социальный фонд Кыргызстана для накоплений будущей пенсии и считает необходимым разработку соответствующей нормативно-правовой базы.

Отрицательно сказывается трудовая миграция и на брачно-семейных отношениях. Трудовая миграция, укрепляя семью материально, обеспечивая более высокое качество жизни, в то же время расшатывает ее вследствие длительной разлуки. Многие мужчины-мигранты заключают в стране пребывания гражданские браки с местными жительницами, тем самым подвергая свою семью, оставшуюся на родине, тяжелой психологической травме. А те, кто оставался верен своей семье, по возвращении также испытывали значительные трудности. Так, результат исследования «Оценка социально-экономических проблем трудовых мигрантов и соотечественников, возвращающихся в Кыргызскую Республику», проведенного в конце октября — начале ноября 2008 года Центром изучения общественного мнения «Эл-Пекир», показал, что трудовые мигранты по возвращении в Кыргызстан чаще всего называли «проблемы в семье в связи с длительным отсутствием» (52,6%). То есть ухудшения в семьях чаще всего происходят из-за долгой разлуки (19,6%), возникновения недопонимания и недоверия (8,4%), ревности и подозрения (9,12%), появления проблем, связанных с воспитанием детей (10,8%), из-за того, что отъезд в миграцию был самовольным, против желания семьи (12,4%), или мигрант высылал мало денег (26,8%) и т.д.

Трудовая миграция в последние годы заметно изменила патриархальную модель лидерства в семье, особенно в сельской местности Ошской области. Долгие годы внуками занимаются престарелые родители. В результате длительного отсутствия родительского воспитания происходит разрушение семейных ценностей и традиций, рост количества беспризорных детей, рост детской преступности.

**Заключение:** Таким образом, основные причины трудовой миграции из Ошской области связаны с социально-экономическими, политическими и этническими факторами; отсутствием экономических ресурсов в регионе и работы на местах; недостаточным развитием социально-бытовой инфраструктуры; жилищной проблемы. Массовые миграционные потоки из Ошской области ограничены только двумя основными направлениями — Россия и Казахстан — и любые изменения экономической ситуации и в миграционной политике в данных странах повлекут изменение ситуации не только в Ошской области, но в целом в Кыргызстане.

Литература:

1. Байтерекова, Г.С. Влияние миграционных процессов на экономическую безопасность Кыргызстана:// дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05/Г.С. Байтерекова; КНУ им. Ж. Баласагына. — Бишкек, 2009—166 с.
2. Жунусов, Б.: «Трудовые мигранты не стремятся возвращаться на родину» [Текст]: интервью с Чрезвычайным и Полномочным Послом Кыргызской Республики в Российской Федерации [Текст] // МСН. — 2009. — 4 окт. — с. 5.
3. Данные, предоставленные Международным конгрессом кыргызстанцев и соотечественников «Замандаш» за 2010—2013 гг.
4. Отчет по результатам исследования «Оценка социально-экономических проблем трудовых мигрантов и соотечественников, возвращающихся в Кыргызскую Республику». — Бишкек, 2009. — с. 6.
5. Аналитический сборник «Защита социальных и трудовых прав мигрантов на пространстве СНГ). Апрель 2012г
6. Эксклюзивное интервью Чрезвычайного и Полномочного Посла КР в РФ У. Чиналиева //Информационно-аналитическому портала «KGINfo.ru» А. Эгемберидиеву. 09.07.2011 г. 10:25 [Интернет-ресурс]. Режим <http://www.kginfo.ru/partners/kirgiz/>
7. Красинец, Е.С. Внешняя трудовая миграция в Россию// Миграция населения. Вып. 2: Трудовая миграция в России [Текст]: Приложение к журналу «Миграция в России»/Е.С. Красинец; Под общей. ред. О.Д. Воробьевой — М., 2006. — 190 с.
8. Аттокурова, А. Т. Развитие народонаселения в условиях региона (на примере Ошской области Кыргызской Республики)[Текст]: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05/А.Т. Аттокурова. — Ош, 2012. — 173 с.
9. Отчет о деятельности по компенсации расходов, связанных с доставкой на родину тел граждан, умерших за рубежом в период осуществления ими трудовой деятельности за 2012—2013 гг./Министерство иностранных дел КР (для служебного пользования).
10. Джамангулов, К.Э. Международная трудовая миграция на постсоветском пространстве [Текст]: автореф. дис. ... канд. соц. наук/К. Э Джамангулов. — Бишкек, 2007. — 23с;

## К вопросу о проблеме миграции молодежи

Фатихова Лариса Энгельсовна, кандидат экономических наук, доцент;

Сарварова Рузиля Ралифовна, студент

Набережночелнинский филиал Казанского (Приволжского) федерального университета (Татарстан)

*Миграционные процессы среди молодежи стали более интенсивными. В статье рассматриваются социальные и экономические причины миграции молодых людей за рубеж.*

**Ключевые слова:** миграция, молодежь, причины миграции, миграционная политика.

После распада СССР и распространение информации о способностях передвижения за пределы своей страны значительно активизировался выезд российской молодежи с учебными и трудовыми целями в разные страны мира. В настоящее время жители России освоили практически все регионы и страны мира — их существенное число выезжает в Соединённые Штаты Америки, страны Европы, Австралию и в другие государства. Главными каналами миграции молодых людей за рубеж становятся программы студенческого обмена, проекты стажировок и обучения и т. д.

В Российской Федерации относительно низкий уровень жизни по сравнению с развитыми западными государствами, высочайший рост безработицы, «перегибы» в политике и обусловленные ими недочеты в воспитании молодых людей — вот главные причины, вызывающие миграцию на Запад. Возникают проблемы демографиче-

ского, социального и финансового характера. Они имеют множество аспектов, вызывая, политические и финансовые конфликты в отношениях между странами [5].

За последние 50 лет масштабы выезда молодежи за пределы своей страны возросли более чем в 2,5 раза; количество мигрантов во всем мире достигло 200 млн. человек, при этом основным участником миграционных перемещений является молодые люди в возрасте от 16 до 35 лет [3].

**Молодёжь** — социально-возрастная категория, отличающаяся возрастными рамками и собственным статусом в обществе: переход от детства и молодости к социальной ответственности. Возрастные рамки, позволяющие относить людей к молодёжи, отличаются в зависимости от конкретной страны. Нижняя возрастная грань молодёжи устанавливается между 14 и 16, верхняя — между 25 и 30 и более годами [4].

Каждый второй молодой человек в РФ в возрасте 14–30 лет обучается. Основная масса учащихся общеобразовательных средних учебных заведений по их окончании задумывается о поступлении в институты, каждый четвертый — на работу и каждый восьмой — в колледж. В ближайшей перспективе практически столько же молодых людей собираются устроиться на работу [4].

В отличие от молодых людей западных государств, возрастные рамки вступления во взрослую жизнь объективно возрастает, российской молодёжи приходится рано взрослеть и вступить в социально-экономические отношения значительно раньше. При этом различные отрасли экономики будут принимать молодежь крайне неохотно [2].

Миграционная политика любой страны должна опираться на количественные ориентиры. За последние несколько десятилетий политические, финансовые, общественные и демографические изменения во многих частях мира сорвали многих жителей с их родных мест и стимулировали миграцию в мегаполисы и за границу. Рост объемов торговли, наиболее доступные и более быстрые средства транспорта и более легкие коммуникации побудили огромное количество молодежи к миграции, как в пределах своего государства, так и через национальные границы.

Эмиграция молодежи ведет к уменьшению количества рабочей силы среди наиболее высокопродуктивной возрастной группы в направляющих странах, включая ту молодежь, которая только что получило профессию либо квалификацию. С одной стороны, юные мигранты отправляют денежные средства домой в свои страны и привозят обратно свои профессиональные навыки и опыт, когда они возвращаются домой. Несмотря на опасности, сопряженные с миграцией за границу, многие молодые люди находят благоприятные возможности, которые дают им работу, позволяют повысить квалификацию, приобрести знания и установить связи, которые отвечают интересам, как принимающих стран, так и стран происхождения [2].

Современные молодые люди обладают чертой, которая указывает на то, что большинство молодежи желают иметь хороший заработок, при этом, не имея ни профессии, ни желания работать.

Основными социальными проблемами молодёжи на сегодняшний день являются: жилищные проблемы и проблемы трудоустройства.

Одной из важных причин стремления молодёжи за рубеж является желание решить жилищную проблему. Особенно остро, эта проблема стоит в крупных городах и мегаполисах. Хотя в ряде зарубежных стран недвижимость значительно дешевле, да и с арендой квартир проблем нет. На Западе принято снимать квартиру, и это удобно, чем её приобрести.

Принципиальное отличие сегодняшних эмигрантов от вчерашних заключается в том, что они не бегут от какой-либо безысходности, а желают повысить своё финансовое состояние, тем более что сейчас нет такой проблемы, как безвозвратность. Если ранее эмиграция означала полный разрыв с прошлым, то теперь россияне стараются сохранить позиции здесь. Многие наши сограждане стараются курсировать между странами: поработал на Западе, накопил денег на квартиру, купил ее в России, немного опять поработал за рубежом, приехал пожить домой. И всё-таки наибольшая часть населения все равно остается на том месте, где родилась. И не потому, что отличается особым патриотизмом, а потому, что людям просто негде взять денег на то, чтобы переехать за рубеж и продержаться там первое время без работы [5].

В России слишком высок уровень безработицы среди молодежи в возрасте 16–26 лет. Среди официально зарегистрированных безработных доля молодежи на протяжении последних 5 лет составляет 35% и выше [4].

Трудоустройству причиняет неудобство уровень и качество полученного образования и не востребованность выпускников на рынке труда. Работодатели их не охотно берут на работу, так как молодой специалист без опыта работы, и они не желают с ним заморачиваться, им проще брать на работу человека со стажем, так как опытный работник требует меньше финансовых издержек на обучение [4].

Рассмотрим итоги социологического опроса, проведенного среди респондентов, молодых людей в возрасте 16–30 лет в городе Набережные Челны РТ. В опросе приняло участие 150 человек, из них 45 человек учащиеся 10 и 11 классов, 95 студенты ВУЗов и 10 человек в возрасте свыше 25 лет. Опрос проводился анонимно.

В опросе затронуты вопросы, которые касаются образования, уровня жизни и возможности выбора жить в другом государстве.

Анализ полученных данных представлен в таблицах.

Таблица 1. Наиболее важный критерий при выборе института

Критерий	Учащиеся 10 и 11 классов, чел.	Студенты ВУЗов, чел.	Люди свыше 25 лет, чел.
Качество образования	9	27	35
Широкий выбор специальности	5	9	20
Наличие бюджетных мест	10	12	0
Рейтинг ВУЗа	35	55	45
Стоимость образования	15	30	19
Опыт преподавателей	5	14	25

Таблица 2. Наиболее привлекательные страны для получения образования

Критерии	Учащиеся 10 и 11 классов, чел.	Студенты ВУЗов, чел.	Люди свыше 25 лет, чел.
Россия	5	3	8
США	15	15	10
Германия	17	30	21
Франция	10	0	16
Великобритания	9	30	35
Другое	2	1	0

Таблица 3. Основные причины миграции из России

Критерии	Учащиеся 10 и 11 классов, чел.	Студенты ВУЗов, чел.	Люди свыше 25 лет, чел.
Возможность найти хорошо оплачиваемую работу	10	15	20
Желание получить хорошее образование	7	5	4
Не устраивает политика страны	0	5	3
Возможность улучшения своего финансового положения и жилищные условия	15	17	21
Высокий уровень и качество жизни	15	20	30

Итак, среди анкетированных для большинства учащихся 10 и 11 классов наиболее важным критерием является рейтинг ВУЗа. Для студентов ВУЗа — качество образования, рейтинг ВУЗа, стоимость обучения. А для людей старше 25 лет — качество образования, рейтинг ВУЗа, широкий выбор специальностей и опыт преподавателей. В результате опроса выявлено, что с возрастом люди больше осознают потребность в качестве образования и в широком выборе специальностей, поскольку приходит осознание жизненных приоритетов.

Наиболее предпочтительные страны для получения профессионального образования у молодежи это Великобритания, Германия, Соединённые Штаты Америки.

Результаты опроса свидетельствуют о том, что молодые люди готовы покинуть Российскую Федерацию с целью улучшения своего финансового положения и в поисках более высокого уровня и качества жизни. Так же главным для молодых людей является возмож-

ность поиска хорошо оплачиваемой работы, при всем при этом большинство из них вынуждены оставаться в РФ, по причине отсутствия финансовых средств для выезда за рубеж.

**Заключение**

Определяющими причинами миграции молодежи являются все же экономические. Молодежь занимает важное место в общественных отношениях, производстве материальных и духовных благ и ее положение в обществе и степень участия в созидательной деятельности напрямую зависят от действий общества и государства. России нужно сделать очень многое в этом сложном и противоречивом процессе. Но в первую очередь стране необходимо вести активную борьбу с коррупцией и стабилизировать экономику. Все сферы жизни: политическая, социальная, демографическая и т.д. — неразрывно связаны с экономикой страны, поэтому стабильность в данной сфере это половина успеха развития всей страны.

Литература:

1. Бондырева, С. К., Колесов Д. В. «Миграция. Сущность и явления»», серия: Библиотека психолога, М., 2008
2. Электронный ресурс <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=476093#1>
3. Николаева, П. П. Молодежь в социальном пространстве России. М.:Инфра-М, 2008, с. 109.
4. Электронный ресурс <http://ru.wikipedia.org/wiki/Молодёжь>
5. Электронный ресурс <http://bestreferat.ru/archives/77/bestref-201877.zip>.

## Региональные особенности занятости и безработицы молодежи в Республике Татарстан

Фатихова Лариса Энгельсовна, кандидат экономических наук, доцент;  
Сулиманова Алия Рафаиловна, студент;  
Чибугаева Светлана Григорьевна, студент  
Набережночелнинский филиал Казанского (Приволжского) федерального университета

*Формирование и развитие молодежного рынка труда, снижение молодежной безработицы является одной из актуальных проблем современного общества. В статье рассмотрены факторы и основные причины данного явления, а также региональные особенности состояния занятости и безработицы среди молодежи в РТ.*

**Ключевые слова:** безработица молодежи, уровень безработицы, занятость.

Из года в год проблема, которая не теряет своей значимости, это трудоустройство молодежи. Она остается одной из важнейших проблем в сфере труда. Сегодня, как никогда, актуально оценить ее масштабы и спрогнозировать ее динамику, найти пути оказания эффективной помощи молодым людям, испытывающим затруднения с трудоустройством. В настоящее время российское общество находится в сложной социально-политической и экономической ситуации. Снижение общего жизненного уровня вынуждает молодых людей бросать свои учебные заведения. С другой стороны, выпускники не могут найти работу в связи с недостаточной квалификацией, во многом обусловленной слабой готовностью средне специальных и высших учебных заведений к изменениям, отвечающим серьезным переменам в экономико-отраслевой и социальной конъюнктуре предприятий. Отсутствие механизма, регулирующего трудоустройство выпускников учебных заведений, приводит к возникновению серьезных проблем. Многие молодые люди не находят себе работы по специальности и вынуждены обращаться к службам по трудоустройству для разрешения своей проблемы. Одной из самых востребованных организаций, где люди могут получить квалифицированную помощь по трудоустройству, остается центр занятости населения. [1]

Актуальность темы исследования определяется объективными потребностями общества в формировании и развитии молодежного рынка труда, снижении молодежной безработицы.

Особенность положения молодежи на российском рынке труда определяется рядом факторов:

1. Сохранение стереотипов. Многочисленные работодатели отрицательно расценивают подобные особенности юных сотрудников, равно как недостаток умений рабочий работы и неспособность создавать отношения в трудовом коллективе, чрезмерная чувствительность и непостоянность действия.

2. Необоснованное представление молодежи о путях адаптации в сфере труда и занятости.

3. Падение престижа производительного труда для значительной части молодых людей. Особое беспокойство вызывает то, что 25% безработной молодежи со-

ставляют выпускники высших учебных заведений. Преимущество откликается никак не массивному труду в изготовлении, а службе, сконцентрированной в приобретении существенной вещественной выгоды [2].

Увеличение численности безработных среди молодых людей, не востребованность их на рынке труда обуславливается рядом объективных причин:

— ростом общей численности безработных в связи с банкротством значительной части предприятий;

— в связи с тем, что деятельность промышленных предприятий в основном направлена на самосохранение и выживание, а не развитие и расширение производства.

— отсутствием у молодых людей достаточного профессионального опыта, поэтому их в последнюю очередь принимают на работу при наличии вакантных должностей, и первыми сокращают при снижении объемов производства;

— рост числа безработных среди молодежи связан с не всегда полным соответствием их профессиональной подготовки требованиям рынка труда;

— в некоторых районах и городах подготовка кадров далеко не всегда соответствует объективно существующей потребности в кадрах и наличию рабочих мест;

— несоответствием спроса и предложения рабочей силы.

Новые вакансии в Татарстане открываются все чаще, каждому безработному сегодня предлагается по 2 вакансии. Республиканская власть делает многое, чтобы упростить безработным поиск работы, но быстро найти работу с достойной зарплатой могут пока не все. [3]

Республика Татарстан входит в десятку самых благополучных регионов России, ситуация с занятостью населения здесь намного лучше, чем в десятках других регионах. На начало октября 2014 года уровень безработицы составил лишь 4,12% от экономически активного населения. Тем не менее, в республиканском правительстве и в экспертном сообществе Татарстана не скрывают, что молодежная безработица все еще остается одной из важнейших проблем на рынке труда. [4]

Из рисунка видно, что в 2013 году по сравнению с 2010 годом численность безработных в периоде от 15



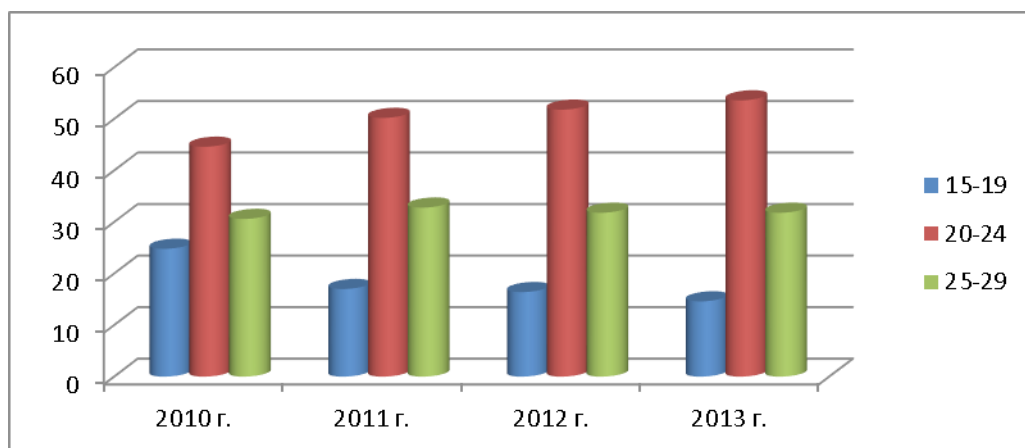


Рис. 1. Распределение численности безработных по возрастным группам (по данным выборочного обследования населения по проблемам занятости; в процентах)

до 19 лет уменьшилась на 10,2%, в периоде от 20 до 24 лет увеличилась на 8,4%, а в периоде 25–29 лет почти ничего не изменилось.

Недостаток квалифицированных кадров отмечается в Набережных Челнах, Нижнекамском и Зеленодольском районах, где насчитывается 6270, 2446, 2025 заявленных вакансий соответственно. Аналогичная ситуация в Елабужском, Менделеевском, Альметьевском и Чистопольском районах — здесь в общей сложности насчитывается более 4700 незанятых рабочих мест. [5]

В то же время, по оценкам экспертов, более половины выпускников ВУЗов Татарстана, примерно 80000 человек не знают, чем они будут заниматься после получения диплома. Данные исследований социологов подтверждают эти оценки — сразу после окончания учебы работу находит лишь половина молодых специалистов. Большинство молодежи недовольно оплатой труда, и только пятую часть молодежи заработная плата так или иначе устраивает. У выпускников, которые в студенческие годы начали работать по специальности, с трудоустройством проблем не возникает. Работу они находят быстро, причем хорошо оплачиваемую.

Большинство современных работодателей видят в студентах и выпускниках не просто дешевую рабочую силу, пригодную для закрытия мало популярных вакансий, а перспективных специалистов. Сегодня для успешного поиска работы в Татарстане есть практически все — обширный республиканский банк вакансий и система информирования молодежи о потребностях рынка труда. В республике действуют целевые программы повышения уровня занятости, есть даже неизвестная во многих регионах Молодежная Биржа Труда, занимающаяся подбором кадров для работодателей и поиском вакансий для молодых соискателей.

#### Заключение

Ситуация с молодежной безработицей в РТ неоднозначна и требует решения с участием многих сторон. Молодежный рынок труда испытывает колоссальное влияние со стороны различных субъектов трудовых отношений: это и государство, поддерживающее интересы, как работников, так и работодателей посредством специализированных организаций и законодательного регулирования трудовых отношений, и предпринимательские объединения, создающиеся в противовес профсоюзам.

#### Литература:

1. Бабушкина, Т. Молодежь на рынках труда и образовательных услуг [Текст]: Т. Бабушкина, М. Гарсия-Исер // Человек и труд. — 2004. — 42 с.
2. Мишин, А. Молодежь нужна производству [Текст]//Алт. Правда. — 2000. — с. 2.
3. Электронный ресурс: <http://уровень-безработицы.рф/>
4. Электронный ресурс: <http://www.kommersant.ru/>
5. Электронный ресурс: <http://tatstat.gks.ru/>

## Конкурентоспособность налоговой системы государства в условиях глобализации

Фролова Людмила Николаевна, старший преподаватель;

Панченко Алина Евгеньевна, студент

Белгородский государственный университет имени В. Г. Шухова

Нарастающий процесс глобализации, ставит перед государством вопрос о совершенствовании правовой базы в сфере налогообложения для дальнейшей интеграции в мировую экономику.

Если ранее процесс глобализации рассматривался в основном в деятельности транснациональных корпораций, то на сегодняшний день этот процесс перерос в единство мирового рынка. Такие изменения повлекли за собой интеграцию национальной налоговой системы.

Глобализация мировой экономики привела к переливу финансовых ресурсов, к росту экономической мощи транснациональных компаний. Такие изменения в мировой экономике требуют совершенствования по формированию налоговой системы государства. В такой ситуации страны вынуждены преобразовывать налоговую систему с целью привлечения инвестиций и повышения конкурентоспособности национальной экономики. Одни из ключевых факторов конкурентоспособности налоговых систем государств — построение эффективных регулятивных правил, контроль за трансфертным ценообразованием [1, с. 7]. Чем активнее позиция государства и в сфере налоговой конкуренции, тем долгосрочен экономический рост.

Проблема заключается в соотношении международно-правового регулирования в сфере налогообложения с национальным налоговым правом. Применяя многолетние национальные традиции налогообложения, страны сталкиваются с рядом противоречий. Данные противоречия возникают в связи со сложившейся юридической и налоговой (финансовой) культурой разных стран [2, с. 15]. Процесс глобализации трансформирует сложившиеся традиции. Именно поэтому проблема состоит в гармонизации международного и национального налогового регулирования.

Процесс гармонизации налогового законодательства должен привести к установлению сходных правил налогообложения на территориях всех государств, входящих в то или иное международное сообщество. Согласованные действия государств по осуществлению налоговой политики и реформированию национального налогового законодательства составляют существо гармонизации налогообложения. Ее основная цель — устранение различий в налоговом законодательстве государств, препятствующих экономической интеграции [3, с. 135].

Необходимо отметить, что на протяжении прошлых лет в налоговое законодательство России были внесены изменения о номинальной налоговой нагрузке, что позволило нашей стране сравняться с уровнем общеевропейских стран. Несмотря на существенные изменения,

остаются проблемы, затрагивающие процедуру налогового контроля и правоприменительной практики. В связи со своими издержками, налогоплательщик минимизирует налоговую нагрузку путем уклонения от уплаты налогов.

Россия остается непривлекательной страной для иностранных инвестиций, располагая сложной конструкцией налогового законодательства, большим количеством изменений и дополнений, множеством инструкций и подзаконных актов. Следует отметить, что несовершенство налогового законодательства тормозит повышение конкурентоспособности, так как нет притока отечественных и иностранных инвестиций в экономику. Для стимулирования инвестиционной активности следует оптимизировать ставки налогов, снизить административные барьеры, т. е. выработать концепцию стимулирующего налогообложения [4, с. 34].

Следующей проблемой замедления повышения конкурентоспособности, т. е. в привлечении инвестиций, является определение круга плательщиков, которые делятся на две группы. Первую группу плательщиков составляют резиденты — физические и юридические лица, которые являются прямыми адресатами налогового права, вторую группу составляют нерезиденты — физические и юридические лица, обладающие правами и обязанностями налогоплательщиков в результате согласованного применения Налогового кодекса РФ и договоров об устранении двойного налогообложения, заключенных РФ с соответствующим государством. Для резидентов существует традиционное налогообложение, т. е. для них применяются все правовые налоговые понятия и категории. Для нерезидентов применяется международное налоговое право, где применяются трансграничные налоговые правила.

В настоящее время, в отсутствии схождения между законодательствами двух и более стран, основной проблемой остается устранение двойного налогообложения. Поэтому перед налоговыми органами, как Российской Федерации, так и других стран, стоит задача по устранению двойного налогообложения. Особенно остро воспринимается наличие такого противоречия российскими организациями, которые вынуждены уплачивать налоги в РФ и за рубежом.

Исследуя законодательство и зарубежную практику по разрешению налоговых споров, следует отметить, что причинами расхождения являются различия в дефинициях. Другими словами, некоторые понятия, употребляемые в соглашениях, по-разному толкуются в национальном законодательстве договаривающихся государств или вовсе отсутствуют. Для решения данного вопроса следует при ратификации международных соглашений адап-

тировать внутреннее законодательство государства, разрабатывать более совершенные механизмы реализации новых норм, вводимых международными соглашениями. При этом национальное законодательство нуждается в обогащении путем заимствования у иностранных государств всего того, что приемлемо для российских реалий и современной правовой системы.

Поскольку Россия вступила в ВТО, и соответственно на неё распространилось действие Модельной налоговой конвенции ОСЭР, расширилась сфера применения международного налогового права и увеличивается количество соглашений об устранении двойного налогообложения. В связи со вступлением России в ВТО должна выстроиться четкая стратегия применения положений национальных и международных договоров, административные барьеры должны замениться искусственными препятствиями в применении международных договоров.

Следует отметить, что со вступлением России в ВТО, соотношения национального налогового права с международными налогово-правовыми категориями позитивно трансформируются, в частности целенаправленность совместной деятельности субъектов нормотворческой деятельности различных государств достигнет единообразия юридических конструкций налогово-правовых норм.

Таким образом, вступление России в ВТО должно способствовать повышению конкурентоспособности налоговой системы за счет гармонизации законодательств стран.

Помимо этого, следует ввести новую главу Налогового кодекса РФ о налогообложении капитала и операций с ним. Целесообразность введения главы заключается в достижении следующих результатов:

- снятие барьеров для входа на рынок капиталов;
- предоставление льгот для ввоза в Россию современного технологического оборудования для модернизации предприятий;
- снижение налогового бремени;
- создание равных конкурентных условий хозяйственной деятельности всем инвесторам независимо от формы собственности;
- совершенствования амортизационной политики.

#### Литература:

1. Семенихин, В.В. Антимонопольное право: развитие конкуренции в Российской Федерации [Текст]/Семенихин В.В. // Бухгалтер и закон. — 2011. — №4. — с. 7
2. Кизимов, А.С. Контроль за трансфертным ценообразованием — фактор конкурентоспособности налоговой системы государства [Текст]/Кизимов А.С. // Международный бухгалтерский учет. — 2012. — №5. — с. 15
3. Кучеров, И.И. Международное налоговое право [Текст]: курс лекций по международному налоговому праву/Под ред. И.И. Кучеров. — М.: ЮрИнФОР, 2007. — 135 с.
4. Башкирова, Н.Н. Совершенствование налогового законодательства в целях развития инновационных активных организаций [Текст]/Башкирова Н.Н. // ФБК. — 2008. — №1. — с. 35
5. Философова, Т.Г. Управление конкурентоспособностью на современных мировых рынках [Текст]: Под ред. Т.Г. Философова. — М.: Научная книга, 2006. — 135 с.

Путем снижения налоговых барьеров для входа на рынок капиталов, появятся новые фирмы, которые выполняют «функцию уравнивания», т.е. среднеотраслевые значения прибыли и цен возвращаются к их долгосрочному конкурентному уровню. Снижение барьеров входа одна из задач поддержания конкурентоспособности.

Следует отметить, что предоставление налоговых преференций по НДС требует усовершенствования. Следует освободить от НДС любые операции, предметом которых являются ценные бумаги и производные от них, в том числе операции, связанные с их учетом и хранением. Данное изменение повлечет привлечение инвестиционной деятельности и соответственно повысит конкурентоспособность налоговой системы государства.

Таким образом, Россия должна повышать свою конкурентоспособность в сфере налогообложения, тем самым увеличивая экономический рост страны и привлечения инвестиций в национальную экономику. Конкурентоспособность страны необходима для выживания предприятий в условиях глобальной конкуренции, т.е. в условиях глобализации мировой экономики. Помимо этого, для конкуренции с иностранными предприятиями на равных в России должна действовать гораздо более стимулирующая производство и инвестиции налоговая система, чем в зарубежных странах.

В заключении следует отметить, что государство должно усовершенствовать налоговое законодательство. С практической точки зрения, перечисленные выше рекомендации должны найти своё выражение в национальном законодательстве о налогах и сборах. Необходимо так же урегулировать вопрос о строгой секретности и отсутствии эффективного обмена информацией с налоговыми органами других стран. Снижение конкурентоспособности налоговой системы страны, даёт преимущество в получении доходов налогоплательщикам, уклоняющимся от уплаты налогов в сравнении с налогоплательщиками, ведущими легальный бизнес. Однако конкурентоспособность налоговой системы отражает конкурентоспособность экономики страны в целом. Так как первая обеспечивает фискальные функции страны и должны привлекать иностранный и национальный капитал.

## Эконометрический анализ валового внутреннего продукта России

Храмов Алексей Викторович, магистрант;

Миннуллин Азат Анасович, магистрант;

Нуруллин Наиль Ниясович, магистрант

Научный руководитель: Кадочникова Екатерина Ивановна, кандидат экономических наук, доцент  
Казанский (Приволжский) федеральный университет

### 1. Введение

Ключевым результирующим показателем экономики той или иной страны считается валовой внутренний продукт (ВВП), который чаще всего определяется как суммарная стоимость конечных товаров и услуг, произведенных на территории страны за определенный период времени. Вопросы моделирования ВВП достаточно широко исследованы в научной литературе [3,4,5,7]. В дополнение к ним, в данном исследовании построена многофакторная регрессионная модель с тремя предикторами: безработица, инвестиции, цены на нефть. Высокий уровень безработицы — это следствие экономического спада и признак социального неблагополучия: бедности, социальной напряженности, роста криминальной активности. Более того, в силу специфики структуры экономики и экспортного потенциала важнейшим экзогенным фактором экономической динамики для России являются мировые цены на нефть: повышение мировых цен на нефть положительно влияет на динамику российской экономики как за счет роста спроса на результаты ее текущего функционирования, так и за счет повышения инвестиционной активности, напротив, снижение мировых цен на нефть практически неизбежно влечет за собой падение реального ВВП и объема инвестиций. Еще одну из важнейших наиболее изменчивых экономических категорий, определяющих развитие экономики, представляют собой инвестиции. Благодаря им осуществляется накопление общественного капитала, внедрение достижений науки и техники, вследствие чего создаётся база для расширения производственных возможностей страны и экономического роста. Поэтому, с нашей точки зрения, заслуживает внимания попытка сформулировать и проверить гипотезу о характере влияния уровня безработицы, инвестиций и динамики мировых цен на нефть на динамику, основного макроэкономического показателя экономики — валового внутреннего продукта.

### 2. Материалы и методы

В исследовании была использована выборка из 40 наблюдений за период с 2004 по 2013 г. поквартально [9]:  $Y$  — ВВП, млрд. руб.,  $X_1$  — уровень безработицы в Российской Федерации, в процентах от экономически активного населения,  $X_2$  — цены на нефть марки Brent на мировых товарных рынках, долл. за баррель,  $X_3$  — прямые иностранные инвестиции в Российскую Федерацию, млн. долл. Методом наименьших квадратов оценены параметры модели линейной регрессии. Моделирование выполнено с помощью программного продукта Gretl 1.9.90.

### 3. Результаты и обсуждение

Установление зависимости экономического роста от различных групп факторов является важной диагностической задачей. Оптимальным инструментом для анализа, оценки и прогнозирования экономического роста, в том числе для определения ключевых факторов, непосредственно влияющих на экономический рост, являются регрессионные модели [8]. Регрессионный анализ — метод моделирования измеряемых данных и исследования их свойств. Исходные данные состоят из сочетания значений зависимой переменной (переменной отклика) и независимых переменных (объясняющих переменных). Параметры модели настраиваются таким образом, что модель наилучшим образом приближает данные. Критерием качества приближения обычно является стандартная ошибка модели. Предполагается, что зависимая переменная есть сумма значений некоторой модели и случайной величины. Регрессионный анализ используется для прогноза, анализа временных рядов, тестирования гипотез и выявления скрытых взаимосвязей в данных [1,3]. В исследовании построено две линейные модели множественной регрессии (табл. 1).

Таблица 1. Регрессионные модели ВВП Российской Федерации

№	Вид модели	R <sup>2</sup>	Se (станд. ошибка модели)
1	$Y = 6951,07 - 15,75X_1 + 29,33X_2 + 0,11X_3 + \varepsilon$	0,8200	446,01
2	$Y = 6797,29 + 29,76X_2 + 0,11X_3 + \varepsilon$	0,8198	440,07

В модели (1) (рис. 1) фактор  $X_1$  оказался статистически незначимым, поэтому уровень безработицы необходимо исключить из дальнейшего анализа из-за его слабой статистической взаимосвязи с ВВП. Модель (2) (рис. 2) объясняет почти 82% колебаний ВВП вокруг своего среднего значения. С увеличением стоимости баррели нефти марки Brent ( $X_2$ ) на один доллар, ВВП увеличивается на 29,76 млрд. руб., а с увеличением прямых иностранных инвестиций на 1 млн. долл. ( $X_3$ ), ВВП увеличивается на 0,11 млрд. руб. Модель (2) была проверена на гетероскедастичность остатков с помощью тестов Вайта и Бройша — Пагана. Гетероскедастичность не была об-

наружена ( $0,05 < p$ ). Наличие гетероскедастичности случайных ошибок приводит к неэффективности оценок, полученных с помощью метода наименьших квадратов. Кроме того, в этом случае оказывается смещённой и несостоятельной классическая оценка ковариационной матрицы МНК-оценок параметров. Следовательно, статистические выводы о качестве полученных оценок могут быть неадекватными. В связи с этим тестирование моделей на гетероскедастичность является одной из необходимых процедур при построении регрессионных моделей.

Учитывая, что коэффициент регрессии невозможно использовать для непосредственной оценки влияния фак-

Модель 1:  
МНК, использованы наблюдения 1-40  
Зависимая переменная: Y

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	6951,07	1080,30	6,434	1,83e-07	***
X1	-15,7465	107,905	-0,1459	0,8848	
X2	29,3345	4,14216	7,082	2,56e-08	***
X3	0,109330	0,0420237	2,602	0,0134	**
Среднее зав. перемен	9680,409	Ст. откл. зав. перемен	1010,026		
Сумма кв. остатков	7161397	Ст. ошибка модели	446,0131		
R-квадрат	0,820002	Испр. R-квадрат	0,805002		
F(3, 36)	54,66739	P-значение (F)	1,75e-13		
Лог. правдоподобие	-298,6643	Крит. Акаике	605,3285		
Крит. Шварца	612,0840	Крит. Хеннана-Куинна	607,7711		

Исключая константу, наибольшее p-значение получено для переменной 2 (X1).

Рис. 1. Результаты оценивания модели 1

Модель 2:  
МНК, использованы наблюдения 1-40  
Зависимая переменная: Y

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	6797,29	234,595	28,97	4,95e-027	***
X2	29,7624	2,88683	10,31	1,98e-012	***
X3	0,111893	0,0376672	2,971	0,0052	***
Среднее зав. перемен	9680,409	Ст. откл. зав. перемен	1010,026		
Сумма кв. остатков	7165633	Ст. ошибка модели	440,0747		
R-квадрат	0,819895	Испр. R-квадрат	0,810160		
F(2, 37)	84,21813	P-значение (F)	1,69e-14		
Лог. правдоподобие	-298,6761	Крит. Акаике	603,3522		
Крит. Шварца	608,4188	Крит. Хеннана-Куинна	605,1841		

Тест Вайта (White) на гетероскедастичность -  
Нулевая гипотеза: гетероскедастичность отсутствует  
Тестовая статистика: LM = 6,13719  
p-значение = P(Chi-квадрат(5) > 6,13719) = 0,293097

Тест Бриша-Пагана (Breusch-Pagan) на гетероскедастичность -  
Нулевая гипотеза: гетероскедастичность отсутствует  
Тестовая статистика: LM = 3,47207  
p-значение = P(Chi-квадрат(2) > 3,47207) = 0,176218

Тест Бриша-Пагана (Breusch-Pagan) на гетероскедастичность (робастный вариант)  
Нулевая гипотеза: гетероскедастичность отсутствует  
Тестовая статистика: LM = 4,01529  
p-значение = P(Chi-квадрат(2) > 4,01529) = 0,134305

Рис. 2. Результаты оценивания модели 2



торов на зависимую переменную из-за различия единиц измерения, используем коэффициент эластичности ( $\Xi$ ), который рассчитывается по формуле:

$$\Xi_j = b_j \times \bar{x} \div \bar{y};$$

$$\Xi_1 = 0,2446;$$

$$\Xi_2 = 0,0013.$$

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов изменяется зависимая переменная при изменении фактора на один процент. Таким образом при увеличении цены барреля нефти марки Brent на 1%, ВВП увеличится на 0,2446% ( $\Xi_1$ ), а при увеличении прямых иностранных инвестиций на 1%, ВВП увеличится на 0,0013%.

Также для оценки модели рассчитаем среднюю относительную ошибку аппроксимации по следующей формуле:

$$A = \frac{1}{n} \times \left| \frac{y_i - y_x}{y_i} \right| \times 100\% = 3,76\%$$

Качество построенной модели оценивается как хорошее, так как не превышает 8–10%

#### 4. Выводы

В результате исследования выявлена слабая взаимосвязь безработицы и ВВП. Можно предположить, что такая ситуация сложилась из-за значительных масштабов скрытой безработицы: испытывающие финансовые затруднения предприятия предпочитают сдер-

живать рост заработной платы и сокращать вакансии, но не работников, переводить работников на неполный рабочий день и отправлять в вынужденные отпуска. В исследовании было выяснено, что ВВП является неэластичным (коэффициент эластичности меньше единицы) показателем по отношению к ценам на нефть. Высокие цены на нефть непосредственно расширяют инвестиционные возможности бюджета и системообразующих российских компаний, работающих в нефтегазовом секторе. Если ожидания цены на нефть в будущем во многом формируются на основе текущего уровня цен, то при росте цен на нефть корректируются в сторону повышения оценки перспектив прибыли от проектов, не только реализуемых в энергосырьевом секторе и ориентированных на внешний спрос, но и ориентированных на удовлетворение внутреннего спроса в связи с ожидаемым ростом покупательной способности населения и смягчением финансовых ограничений для бизнеса и государственного сектора. Существование тесной причинно-следственной связи между инвестициями и экономическим ростом общепризнано. С одной стороны, инвестиции — главный «мотор» экономического роста: чем больше страна накапливает, тем выше темпы роста её экономики, поэтому государству следует поощрять сбережения и ограничивать потребление. С другой стороны — высокий спрос ведёт к росту производства, что заставляет инвестировать товаропроизводителей, а, значит, государству следует способствовать увеличению спроса, в том числе потребительского.

Литература:

1. Глухов, В. В., Медников М. Д., Коробко С. Б. Математические методы и модели для менеджмента. СПб.: Лань, 2000. 480 с.
2. Государственное регулирование экономики: учебное пособие / С. Г. Капканщиков. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2010.
3. Зарова, Е. В., Хасаев Г. Р. Эконометрическое моделирование и прогнозирование развития региона в краткосрочном периоде. М.: Экономика, 2004.
4. Кадочникова, Е. И. Теоретические подходы к моделированию экономического роста // Вестник экономической интеграции. — 2012. № 4. с. 20–26.
5. Кадочникова, Е. И. Методологические проблемы построения моделей экономического роста в регионе // Вестник экономики, права и социологии. 2012. № 1. с. 52–56.
6. Макроэкономика: учебник для бакалавров // А. В. Аносова, И. А. Ким, С. Ф. Серегина; под ред. С. Ф. Серegiной. — М.: Издательство Юрайт, 2011.
7. Цыбатов, В. А. Моделирование экономического роста. Самара: Издательство Самарского государственного экономического университета, 2006.
8. Филимоненко, И. В. Моделирование зависимости роста ВВП от изменения структуры занятости в экономике РФ. // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. 2011. Том 11, выпуск 1.
9. Единая межведомственная информационно-статистическая система <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do>

## Управление корпоративным университетом как стратегия повышения конкурентоспособности компании

Ху Яньнань, студент;

Тао Юншо, студент

Российский университет дружбы народов

Корпоративное обучение также является способом социализации человека в меняющемся социально-экономическом, общественно-политической и общественной жизни. Причем само обучение носит системный, организованный и целенаправленный характер. Сегодня уже активно работают корпоративные университеты многих компаний, в том числе таких известных как Coca-Cola University, Motorola University, Procter&Gamble University, General Electric University.

Такие структуры в американских компаниях часто называют университетами, а в европейских — могут встречаться различные названия, в том числе корпоративные академии. Несмотря на разные названия, суть одна: корпоративный университет — это выстроенная система внутрифирменного обучения, объединенная единой концепцией и методологией, разработанная для всех уровней руководителей и специалистов в рамках идеологии и стратегии развития компании, а также задач, стоящих перед ее отдельными структурными подразделениями.

Проявляется корпоративный университет в том, что приобретение знаний и умений происходит органи-

зованно в организациях или на предприятиях системно (знания предоставляются не распыленно, а системно и имеют определенную завершенность и структуру) с целью достижения конкретной цели — закрепление этих знаний. В зависимости от категории обучающихся, перед корпоративным обучением стоят определенные задачи (рис. 1.1).

Создание на предприятии корпоративного университета для руководящих работников и специалистов проводится с целью совершенствования знаний, умений и навыков по имеющейся специальности, овладение функциональными обязанностями, основами менеджмента, маркетинга, совершенствования навыков управления современным производством, рациональной и эффективной организации труда и т. д.

Известно, что персонал компании играет важную роль для ее развития, и эффективное обучение персонала на сегодняшний день — это системно организованный процесс непрерывного профессионального обучения работников для подготовки их к выполнению новых производственных функций, профессионально-квалификационного продвижения, формирования ре-



Рис. 1.1. Роли обучения групп сотрудников в организациях

зерва руководителей и совершенствование социальной структуры персонала.

Для предприятия более эффективным и экономичным является повышение отдачи от уже работающих сотрудников на основе их непрерывного обучения, чем привлечение новых работников. С позиции работодателя целями корпоративного университета являются: организация и формирование персонала, интеграция персонала в работу компании, адаптация, введение новшеств.

Профессиональное обучение персонала предусматривает получение реальных результатов и выполнения функций, оценка которых необходима для повышения уровня конкурентоспособности персонала и эффективности работы предприятия. При этом профессиональное обучение не должно оцениваться только с точки зрения затраченных на него средств. Более перспективным является отношение к профессиональному обучению как к вложению средств в человеческие ресурсы компании, которые могут оцениваться, как и любой инвестиционный проект. Так, например, крупнейшая китайская компания «Haier». [3] Анализ организации корпоративного университета в компании «Haier» показал, что данная работа осуществляется в три этапа:

- планирование обучения,
- организация направления на обучение,
- контроль процесса обучения.

Важным показателем эффективности работы корпоративного университета компании «Haier» является коэффициент текучести кадров, который во многом связан со степенью удовлетворения сотрудников своей работой, а также условиями труда и заработной платой.

Обучение персонала компании направлено на создание эффективного механизма управления сотрудни-

ками на основе социального партнерства. В связи с этим, одной из основных задач, которые стоят перед руководством, является развитие профессионализма персонала и сохранение традиций компании. Работники рассматриваются как один из главных стратегических ресурсов, который обеспечивает конкурентоспособность и способствует развитию компании.

В зависимости от сотрудников и разных уровней работы их образовательный уровень зависит от таких факторов как адаптация, участие, самореализация, профессиональная предрасположенность. Поэтому единственным способом развития и удержания талантов является комплексный подход по построению моделей корпоративного университета в зависимости от срока службы, карьерных возможностей, перспектив личностного и материального роста. Такая концепция стала основной для развития корпоративного университета компании «Haier». Таким образом, бизнес компании растет в основном за счет постоянного повышения качества своих сотрудников, их саморазвития и самореализации.

Эти подходы взяты на вооружение компаний как эффективные решения проблем управления, так что предприятие будет и дальше развивать подобные модели корпоративного университета.

Рассмотренный опыт позволил сделать вывод о том, что этот сегмент образовательного рынка является наиболее актуальным и эффективным при применении знаний в практической сфере не только для компаний из экономических развитых стран, но и в условиях динамично развивающейся экономики. Кроме того, создание корпоративного университета и управление им становится для компании в условиях ужесточения рыночной конкуренции эффективной стратегией повышения конкурентоспособности фирмы.

#### Литература:

1. Пасленов, А. П. Реализация компетентностного подхода в корпоративной образовательной среде. — М.: ГУУ, 2008
2. Liao Chun. The Governance Structures of Chinese Firms, Innovation, Technology, and Knowledge Management, 2009. — С. 100.
3. Официальный сайт Haier Group. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.haier.com/cn/>

## Разработка системы управления конкурентной стратегией

Цю Шувань, магистрант  
Российский университет дружбы народов

Организация процесса разработки стратегии развития предприятия включает: построение (совершенствование) структуры управления маркетингом; подбор специалистов надлежащей квалификации; распределение задач, прав и ответственности среди сотрудников различных служб; создание условий для эффективной ра-

боты сотрудников (организация их рабочих мест, предоставление необходимой информации, средств оргтехники и др.); налаживание эффективного взаимодействия всех служб. В сегодняшних условиях в нашей стране организации стратегического управления на предприятии не выполняются или выполняются частично. И это в свою оче-

редь усложняет организацию стратегического управления на российских предприятиях.

Одним из ключевых составляющих стратегического управления является стратегия. Выбор стратегии и её реализация составляют основную часть содержания стратегического управления. Многие предприятия не имеют стратегии развития своей деятельности, и поэтому находятся в критическом состоянии. Таким предприятиям необходимо заняться разработкой стратегии развития своей деятельности, хотя бы на год вперед. В стратегическом управлении стратегия должна рассматриваться как долгосрочное качественное определенное направление развития организации, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям. Если цели организации определяют то, к чему стремится организация, что она хочет получить в результате своей деятельности, то стратегия дает ответ на вопрос, каким способом, с помощью каких действий организация сумеет достичь своих целей в условиях изменяющегося и конкурентного окружения.

Для разработки, реализации, пересмотра стратегических программ предприятия или каких-либо их элементов нужна информация, которая позволит руководителю принять более правильное решение. Информация может использоваться для подкрепления интуитивных решений. Руководитель, имея собственное представление о какой-либо проблеме рынка, стремится получить дополнительную информацию, с тем, чтобы подтвердить или отказаться от решений, основанных на интуиции, до их реализации.

Многие руководители предприятий имеют смутное представление о стратегическом управлении. Они утверждают, что без него как-то раньше обходились, да и сейчас обойдутся, зачем тратить деньги на то, что они не могут даже увидеть. Это типичная ошибка некоторых руководителей.

Рассматриваемая система давно и хорошо работает на западе, а у нас только в частных случаях. В Москве и Санкт-Петербурге практически все организации занимаются стратегическим управлением своей деятельности. И руководители принимают решения на основе тщательно проанализированных маркетинговых данных.

Стратегическое управление должно предполагать, что предприятие определяет свои ключевые позиции на перспективу в зависимости от приоритетности целей и от этого зависят виды стратегий, на которые предприятие может ориентироваться. Но, к сожалению, многие виды стратегий только частично работают на нашем рынке.

Котлер, в отличие от Минцберга, определяет четыре типа стратегии развития бизнеса [1], которые называет базисными или эталонными. Каждая стратегия состоит из следующих элементов: продукт, рынок, отрасль, положение фирмы внутри отрасли, технология.

Стратегия концентрированного роста означает изменение одного из элементов — продукта или рынка. На маркетинговые исследования малые фирмы не хотят выделять средства. В малом бизнесе присутствует конкуренция, су-

ществует множество фирм-конкурентов, занимающихся предоставлением такого же рода продуктов и услуг. Руководители малых предприятий считают, что лучше заниматься своим делом, которое они знают, чем вкладывать денежные средства в освоение новых рынков. Такое поведение называют еще традиционной стратегией, которая досталась по наследству руководителю, и действующий лидер организации продолжает исповедовать те же ценности, что сформировались до него.

Стратегия интегрированного роста означает, что предприятие расширяет свою деятельность, следовательно, фирма теряет статус малого предприятия. Данная стратегия применима к более крупным организациям.

Само название «стратегия диверсифицированного роста», по Котлеру, говорит о том, что к малому бизнесу эта стратегия не относится. Диверсификация предполагает внедрение нового продукта по новой технологии. Малое предприятие предлагает небольшой спектр услуг. Расширяясь за счет внедрения все новых продуктов, малое предприятие может превратиться в крупное, т. к. потребуются дополнительные производственные площади, дополнительный набор сотрудников, оборудование. Также развитие предприятия может пойти по другому пути. Малое предприятие может выделить и создать еще одно предприятие, которое будет относиться к малому бизнесу. С другой стороны, говоря, что стратегию диверсификации малые предприятия использовать не смогут, возникает противоречие со статистикой стран Европы и России, заключающееся в том, что основная часть нововведений осуществляется малым бизнесом.

Стратегия сокращения означает уменьшение количества подразделений, расходов предприятия. Данный тип стратегии применяется, когда наблюдается значительный спад в экономике. На наш взгляд, данные стратегии сокращения нежелательно применять малому бизнесу. Продажа одного из подразделений означает снятие с производства продукта, что неблагоприятным образом отразится на прибыли компании. Крупные корпорации, которые имеют в своей структуре несколько десятков подразделений, могут одну из нерентабельных структурных единиц ликвидировать практически безболезненно. Специфика малого бизнеса состоит в том, что им занимаются в двух-трех направлениях деятельности. Ликвидируя одно из направлений, предприятие лишается ощутимой доли доходов. Причем малые предприятия заинтересованы больше не в увеличении показателя прибыли как такового, а в увеличении оборота от реализации продукции, работ, услуг. Владельцы крупных фирм заинтересованы в получении максимума прибыли, потому что с прибыли платятся дивиденды. В малом бизнесе собственник заинтересован больше в работе своего предприятия, осуществлении непрерывной деятельности фирмы, следовательно, доходе от деятельности. Сокращение ведет к резкому уменьшению оборота от деятельности компании.

Разработка стратегии вообще, а также разработка финансовой стратегии — трудоемкий процесс. Сформи-

ровать единую стратегию для всех предприятий малого бизнеса невозможно. Стратегия у каждого предприятия будет своя, т. к. на организацию влияют различные факторы внешней и внутренней среды. Однако, имея общую схему формирования стратегии фирмы, легче обозначить собственную стратегию предприятия. Руководителю организации следует обозначить не только общую

стратегию, но и стратегии функциональных сфер предприятия, особенно финансовую стратегию, т. к. финансовая стратегия способствует устойчивому развитию предприятия. Следовательно, финансовая стратегия является элементом финансовой устойчивости организации, что очень важно для рискованных и инновационных малых предприятий.

Литература:

1. Аникин, Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента 2012 г.
2. Гольдштейн, Г. Я. Стратегический менеджмент: Конспект лекций., Новое издание; Таганрог: ТРТУ, 2013 г.
3. Грей, К. Ф., Ларсон Э. У. Управление проектами. М., 2012 г.

## Стратегическое управление инновационным развитием предприятий

Чернова Александра Сергеевна, магистрант  
Северо-Кавказский федеральный университет (Ставрополь)

*Статья посвящена стратегическому управлению инновационным развитием предприятий в ней рассматриваются подходы к определению стратегического управления, процесс разработки инновационной стратегии предприятия.*

**Ключевые слова:** стратегическое управление, управление инновационным развитием, инновационное развитие, инновационная стратегия.

**И**нновационное развитие во всем мире обусловлено необходимостью постоянного повышения и удержания конкурентоспособности предприятиями. При этом использование инноваций дает предприятиям возможность эффективно конкурировать на рынке, привлекать новых потребителей, улучшать финансовые результаты работы. В этой связи возрастает роль стратегического управления инновационным развитием предприятия, которое в первую очередь направлено на поддержание и развитие конкурентоспособности предприятия и его продукции на рынке.

Существует большое количество отечественных и зарубежных подходов к определению понятия стратегического управления. Рассмотрим некоторые из них.

В оксфордском словаре английского языка стратегическое управление трактуется как разработка и реализация действий, ведущих к долгосрочному превышению уровня результативности деятельности фирмы над уровнем конкурентов.

Шендел и Хаттен рассматривали стратегическое управление как процесс определения и установления связи организации с ее окружением, состоящий в реализации выбранных целей и в попытках достичь желаемого состояния взаимоотношений с окружением посредством распределения ресурсов, позволяющего эффективно и результативно действовать организации и ее подразделениям.

По Хиггенсу, стратегическое управление — это процесс управления с целью осуществления миссии органи-

зации посредством управления взаимодействием организации с ее окружением

Согласно определению Марковой В.Д. и Кузнецовой С.А. стратегическое управление это процесс принятия и осуществления стратегических решений, центральным звеном которого является стратегический выбор, основанный на сопоставлении собственного ресурсного потенциала предприятия с возможностями и угрозами внешнего окружения, в котором оно действует [1].

Таким образом, в общем виде стратегическое управление представляет собой деятельность по разработке миссии, важнейших целей организации и способов их достижения, обеспечивающих ее развитие в нестабильной внешней среде путем изменения и самой организации, и ее внешней среды.

По своей сущности любые стратегические меры, принимаемые предприятием, носят инновационный характер, поскольку они так или иначе основаны на нововведениях в его экономическом, производственном или бытовом потенциалах.

Стратегическое управление инновационным развитием ориентируется на достижение будущих результатов непосредственно через инновационный процесс. Оно затрагивает как концептуально-предпринимательские, так и организационно-процедурные аспекты стратегического развития предприятия и, следовательно, реализует свою функцию через подсистемы общего и функционального менеджмента. Общий менеджмент определяет генеральную



линию стратегического развития. В рамках функционального менеджмента разрабатываются и реализуются частные стратегические задачи, связанные с инновациями в отдельных сферах деятельности предприятия [2].

Для эффективного управления инновационным развитием необходимо создать обоснованный комплекс действий, т.е. разработать инновационную стратегию предприятия.

Под инновационной стратегией предприятия понимается комплекс мероприятий по эффективному использованию инновационного потенциала предприятия для обеспечения долгосрочного развития [3]. Под инновационным потенциалом предприятия следует понимать все его ресурсы, которые можно использовать для инновационных процессов.

Инновационная стратегия должна включать в себя основные цели или задачи деятельности; правила и процедуры, ограничивающие сферу деятельности, а также последовательность мероприятий, направленных на достижение поставленных целей. Наряду с этим должна также учитываться и эволюция целей фирмы.

Разработка и осуществление стратегии сопряжены с непредсказуемыми, а зачастую и неизвестными факторами. Следовательно, суть процесса разработки эффективной инновационной стратегии состоит в том, чтобы создать достаточно гибкую и сильную для достижения поставленных целей позицию.

Предлагаемая схема разработки стратегии инновационного развития включает следующие этапы:

#### 1. Определение целей инновационного развития

В качестве цели инновационного развития могут выступать: диверсификация, увеличение рыночной доли, повышение конкурентоспособности предприятия, снижение себестоимости и экономия ресурсов, повышение платежеспособности, укрепление финансовой устойчивости, повышение эффективности системы управления.

#### 2. Оценка и анализ внешней среды

Анализ среды включает оценку макро- и микросреды предприятия.

Л. Г. Зайцев отмечает, что при выработке эффективной инновационной стратегии одним из наиболее важных правил является соотнесенность предполагаемой стратегии с результатами SWOT-анализа [4]. SWOT-анализ используется для определения факторов и явлений, оказывающих наибольшее влияние на предприятие.

Этот этап включает также определение стадии жизненного цикла продукции, что позволяет оценить необходимость вложений в разработку усовершенствованных видов продукции, чтобы избежать ухудшения рыночной позиции в будущем.

3. Анализ инновационного развития предприятия в настоящее время.

На этом этапе необходимо определить состояние ключевых показателей инновационной активности, таких как:

- удельный вес затрат на НИОКР и технологические инновации в объеме товарной продукции;

- удельный вес затрат на приобретение машин и оборудования, связанных с модернизацией производства, в объеме инвестиций в основной капитал;

- доля доходов от НИОКР и технологических инноваций в общих доходах предприятия;

- срок окупаемости и рентабельность затрат на инновации и другие.

4. Разработка альтернатив инновационного развития.

Целью этого этапа является организация проведения научно-поисковых исследований, генерация идей для разработки и внедрения инноваций в производство и последующей их коммерциализации.

5. Формирование системы ресурсного обеспечения стратегии инновационного развития.

Цель этого этапа — разработка процедур поиска и отбора источников финансирования инновационной деятельности. Реализация этого этапа является решающей для осуществления стратегии инновационного развития предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо:

- проанализировать доступные для предприятия источники финансирования инновационной деятельности;

- определить необходимый объем финансовых средств;

- оценить размер имеющегося в распоряжении предприятия собственного капитала;

- выбрать источники пополнения недостающих ресурсов.

6. Оценка стратегии инновационного развития. При оценке стратегии можно использовать качественный и количественный подходы. Качественный подход ориентирован на оценку стратегии с точки зрения ее соответствия поставленным целям. Количественный подход связан с оценкой рентабельности и доходности.

В результате оценки эффективности инновационной стратегии принимается решение о целесообразности для предприятия ее реализации. В случае необходимости производится корректировка стратегии с учетом изменения рыночной конъюнктуры, а также возможностями финансирования.

Таким образом, выбор стратегии инновационного развития зависит от ранее накопленного опыта инновационной деятельности предприятия, профессионализма менеджеров, отвечающих за принятие решений в инновационном менеджменте, потребителей и возможностей практического применения результатов предполагаемых проектов. Поэтому для реализации целей инновационной стратегии необходима специализированный аппарат управления, способный интегрировать и координировать деятельность функциональных и производственных подразделений в инновационном процессе [5]. Также необходимо непрерывно осуществлять мониторинг и диагностику степени соответствия ресурсного и интеллектуального потенциалов предприятия постоянно меняющимся потребностям рынка.

Литература:

1. Маркова, В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: М 25 Курс лекций. — М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 1999. — 288 с
2. Казанцев, А.К. Основы инновационного менеджмента теория и практика [Текст]: учебник/А.К. Казанцев. — «Издательство «Экономика», 2008
3. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 6-е изд. — СПб.: Питер, 2008. — 448 с.
4. Зайцев, Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент: учебник/Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. 2-е изд. пер. и доп. — М.: Магистр, 2008. — 526 с.
5. Трофимов, О.В., Трофимова Т.В., Ефимычев Ю.И. Методика выбора стратегии инновационного развития промышленного предприятия // Креативная экономика. — 2010. — №5 (41). — с. 8–13.

## Формирование брендов транснациональных компаний на рынке России. Методы коммуникаций в торговле. Повышение лояльности и увеличение продаж

Чернова Вероника Юрьевна, аспирант  
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

*В статье рассмотрены процессы брендинга, роста лояльности потребителей и объемов продаж в рамках торгового маркетинга (трейд-маркетинга). Подробно описано применение POS-материалов, как стандартных, так и инновационных, а также прочие средства маркетинговой коммуникации и их возможности по привлечению покупателей на примере торговых предприятий.*

**Ключевые слова:** брендинг, трейд-маркетинг, каналы коммуникации, POS-материалы, рекламные устройства, лояльность, привлечение потребителей, инновационные технологии, креативность.

## The formation of the brands TRANS-national companies on the Russian market. Communication techniques in the trade. Increase loyalty and increase sales

Veronika Chernova, Graduate student of economic faculty of Russian University of People's Friendship, Department of Marketing

*In the article the process of branding, increase customer loyalty and sales within the trade marketing (trade marketing). Detail the application of POS-materials, both standard and innovative, as well as other means of marketing communications and their ability to attract buyers for example, commercial enterprises.*

**Key words:** branding, trade marketing, communication, POS materials, advertising devices, loyalty, engagement, innovation, creativity.

Концепции маркетинга и брендинга сегодня, практически не знают границ. Транснациональные компании на рынке российских товаров и услуг все чаще ищут и прибегают к формированию бренда в самых разных каналах коммуникации. В данной статье рассмотрим формирование бренда, повышение лояльности и увеличение продаж через инструменты торгового маркетинга.

Разумеется, ни для кого не секрет, что до 60% покупок совершается спонтанно, и именно POS-материалы (и в том числе — те самые пресловутые листовки) реально мотивируют целевую аудиторию совершать покупки «здесь и сейчас» [1]. Но как заставить ваши POSM работать, а не печатать их «в корзину»? Очень просто! Если вы не уверены, что именно уличное распространение

будет уместно в вашем случае — не стоит рисковать. Для продаж существуют специализированные места — магазины. И люди в подавляющем большинстве приходят туда именно с намерением купить.

POS-позиционирование в России транснациональными брендами крайне распространено [6]. Неудивительно: его убедительная заметность, эффективное создание непреодолимого импульса совершать покупку, качественная поддержка основной концепции любой маркетинговой стратегии за счет возможности выбора срока службы и высокой запоминаемости при действительно креативном подходе к разработке концепции и контента материалов позволяют привлекать даже самый «зашоренный» многообразием полочного ассортимента

тимента взгляд покупателя. POSM используются, когда задачей является в принципе проинформировать потребителей о продукте, убедить покупателя отдать предпочтение определенной торговой марке и товарам, повысить объем продаж в конкретной торговой точке, сети, вообще в рознице за счет увеличения товарооборота, максимально сгладить сезонные перепады уровня продаж и поддержать запуск и вывод на рынок нового продукта за счет формирования у покупателей первичного спроса.

План вовлечения покупателей в водоворот правильных покупок на всех этапах посещения ими торговой точки не является каким-то ноу-хау [2]. Однако за последние «тучные» годы потребитель стал настолько разборчив, а производитель настолько измотан необходимостью «креативнее» привлечь к себе внимание, что последний часто забывает о ставших привычными инструментах

Да, креатив — это хорошо. Даже здорово. Но при одном условии: как дополнение и украшение (а ни в коем случае не замена!) базовых возможностей, которые дает нам розница и маршруты, годами и десятилетиями проложенные в ней миллионами покупателей. Итак, любой, повторюсь — любой покупатель неизбежно оказывается, придя в магазин, в следующих зонах практически всегда в одной и той же последовательности [1]. Рассмотрим его маршрут на примере сетей «Седьмой континент» и «НАШ Гипермаркет»:

1. Входная группа
2. Камеры хранения
3. 2d оформление торгового зала
4. 3d оформление торгового зала
5. Полки
6. Товар
7. Кассы
8. Служба доставки

Несомненным достоинством нижеприведенных ходов является то, что они позволяют обойтись без привлечения промо-персонала, а значит, серьезно снизить расходы рекламодателя.

— Штендеры — односторонние, двусторонние или складные выносные рекламные конструкции, устанавливающиеся непосредственно перед входом в ТТ или указывающие направление к ней [7], — отлично рекомендовали себя за последние годы как источники первичной информации о бренде, производителе или проходящей в магазине акции.

— Оформление входной группы можно назвать своеобразным знаком вежливости со стороны рекламодателя. В этом случае приглашение зайти в торговую точку, чтобы познакомиться с определенной продукцией, оставляет у покупателя прямые ассоциации между посещением магазина и конкретным товаром/брендом/торговой маркой за счет того, что наименование последнего прочно «забивает» в сознании потребителя название самого магазина. Практически в равной степени эффективны как размещение плакатов на входных дверях, так

и брендинг остекления входной группы вокруг них [5, с. 214].

— Оформление камер хранения этикетками и наклейками из самоклеящейся пленки — один из самых простых, но от того — не менее эффективных способов привлечения внимания к своему продукту. Не стоит упускать из вида тот факт, что покупатели, предпочитающие пользоваться камерами хранения, как правило, приходят закупаться основательно, располагают временем, чтобы «побродить» между полок, и, соответственно, являются весьма привлекательным субъектом рекламы.

— Настенные и торцевые плакаты на стеллажах, оформление холодильников и колонн — отличная площадка для рекламных сообщений, становящаяся частью интерьера, а зачастую — и полноценный инструмент, формирующий его.

— Гирлянды из флажков, каждый из которых может нести на себе ваше сообщение или картинку, прочно ассоциируются в сознании потребителей с праздником, кратковременным, но запоминающимся событием, которое непременно стоит отметить. Почему бы не покупкой?..

— Трехмерные конструкции являются непреодолимым соблазном для покупателей: всегда заметны, всегда привлекательны и потому — всегда эффективны.

— Напольные и потолочные муляжи товаров, а также пилоны — отдельно стоящие конструкции, представляющие собой короб, закрепленный на небольшом подиуме, — качественно выделяют рекламодателя в ряду остальных, в прямом смысле слова «поднимая» его над конкурентами.

— Стойки с дополнительной выкладкой приглашают покупателя совершить покупку даже в том случае, если он не подошел непосредственно к полкам с товаром.

— Жесткие фигурные плакаты, такие как хард-постеры и ростовые куклы — изображения высокого качества, крепящиеся к жесткой основе, опирающейся на специальную ножку-подставку, зачастую выполняют промо-функции не менее эффективно, чем «живой» персонал.

— Вобблеры, прикрепленные к полке гибкой ножкой, однозначно выделяют ваш товар среди подобных и не дадут покупателю ошибиться, делая свой выбор.

— Интерактивные элементы — миниатюрные электронные устройства, размещаемые на товаре/полке/POSM, способны воспроизводить любые звуковые сигналы, в т. ч. музыку непосредственно при появлении покупателя, автоматически «втягивая» его в коммуникацию [4].

— Привлечь внимание покупателя — это только половина дела! Как обидно бывает, когда товар, побывав у него в руках, возвращается обратно на полку! Красивые стикеры на товар, несущие дополнительные рекламные сообщения, помогут довести целевую аудиторию до логического финала — покупки.

— В зависимости от исполнения, нехенгеры могут выполнять различные функции: простой ярлычок с вырубкой,

логотипом и окошком для цены и литража рекомендуется, в основном, пивными компаниями и производителями лимонадов; буклеты — сфальцованные книжки, крепящиеся при помощи тесьмы или резинки, а также многополосные книжки, хороши для информирования покупателей об истории и возможностях применения продукта, традиционно используются, как мини-кулинарные книги; дополнительная обертка в виде сфальцованного куба или пирамиды, надетых на горлышко, становятся частью оригинального оформления упаковки и обходятся значительно дешевле, чем производство промо-тары; брелоки — действительно нестандартный ход, позволяющий «в одном флаконе» объединить подарок за покупку и рекламный носитель.

— Кассы магазина — идеальное место для привлечения внимания покупателей, вынужденно находящихся в статике. Возможностей в этой зоне — действительно море. Начните с униформы самого персонала торговой точки, где можно разместить логотип компании, название бренда или торговой марки.

— Сами кассы легко программируются таким образом, чтобы при прокатке определенного товара на мониторе появилась информация о необходимости выдать покупателю образец продукции.

— Отличным дополнением к любым мероприятиям в магазине станут листовки и буклеты, размещенные на кассах сети — там, где у покупателей есть время ознакомиться с ними и взять их самостоятельно. Отсутствие навязчивости в этом случае только повысит эффективность материалов [4].

— Чековая лента — идеальная рекламная поверхность. Разместите на ее обороте рекламную или акционную информацию или используйте чек, как купон на скидку или подарочный сертификат.

— Коробки для использованных чеков, выполненные из пластика или картона с возможностью использования встроенной электроники — отличная конструкция: ее объем близок к кубу, что дает достаточную площадь рекламного поля на вертикальных гранях.

— Размещение логотипа на пакетах и коробках департамента доставки позволит адресовать информацию о бренде приблизительно 10 тыс. потенциальных потребителей ежемесячно.

— Распространение рекламы путем вложения печатной продукции или образцов товара в заказы покупателей, несомненно, не пройдет незамеченным ни для одного из них.

Большинство товаров на рынке, по сути, ничем не отличается друг от друга: они все примерно одинаковы и обладают равными конкурентными преимуществами. Поэтому для завоевания лидерства нужно использовать все возможные ресурсы. Сегодня в трейд-маркетинге особой популярностью пользуются инновационные идеи, неизменно привлекающие внимание [3]. Рассмотрим некоторые из них

С шаблонными POS-решениями в торговом пространстве выделиться сложно, потому что их используют все. Что сегодня действительно продает, так это инновации.

Они являются конечным результатом креативности человека, его фантазии, интеллектуальной и творческой деятельности. Результат инноваций (повышение эффективности процессов) вполне традиционен и понятен, он оценивается быстро. Но способ достижения этого результата должен быть нестандартен, тогда и будет эффект.

Витрина — бесспорно одно из самых важных средств позиционирования бренда на рынке, это мощный инструмент, формирующий у потребителя представление об ассортиментном ряде и качестве товаров. Грамотное оформление витрины привлекает покупателей и формирует имидж элитной или массовой продукции [5, с. 256].

Для решения этих вопросов сегодня существует множество технологий: световые коробки, объемные логотипы и буквы, инсталляции, слайды, виниловые аппликации, широкоформатная печать на баннерах либо самоклеющейся пленке. К интересному приему можно отнести использование канале — рекламных световых панелей для витрин, которые повсеместно применяются в европейских супермаркетах.

POS-материалы, привлекающие внимание потребителей и содержащие информационные данные, принадлежат к числу основных инструментов трейд-маркетинга [3]. Революцией в этой сфере сегодня стали диодные технологии. Компактные, способные менять цвет, долговечные диоды интегрируются в POS в качестве точечных светильников, фоновой подсветки, динамических световых эффектов. Такие диоды могут менять цвет, загораются, гаснут. Установленные в огромные лайтбоксы либо в крохотные нехенгеры («ошейники» для бутылок), они делают заметным логотип рекламируемой компании.

Рекламные конструкции типа «Магазин в магазине» (Shop-in-Shop), оснащенные диодами. Чтобы привлечь покупателя к определенным торговым маркам, для брендов изготавливается полный комплекс оборудования, включающий системы выкладки продукции, кассовую зону, стойки, прилавки, а также искрящиеся POS-материалы.

Светящаяся доска в местах продаж тоже привлекает внимание покупателя. На нее можно нанести любой текст и тем самым донести нужную информацию. Текст, как на школьной доске, легко стирается, и так же легко заменяется на новый.

Специальные рекламные устройства из светопроводящих компонентов, изготовленных из акрилового стекла. Чтобы предоставить информацию о бренде, на их поверхности при помощи шелкографии, полноцветной печати или гравировки можно расположить любые сведения и даже выполнить подстветку, как например, на креативном дисплее LED Wall, предполагающем автоматическое изменение информации. Система LED Wall фиксирует необходимые оттенки, сочетания цветов, их последовательность; также способна изменяться: система может быть прямой или волнообразной, обладать различными габаритами.

Аудиовизуальные POSM, оказывающие воздействие на покупателей при помощи аудио и видео элементов. К ним же относятся разнообразные рекламные дисплеи,



оснащенные встроенными мониторами и flash-проигрывателями. Многочисленные слайд-шоу либо видеоролики, демонстрируемые с помощью таких конструкций, знакомят потенциального потребителя с брендом. Такие инновационные POS-материалы, как свидетельствуют аналитические исследования, намного сильнее привлекают внимание потребителей. Соответственно, и результативность рекламы возрастает в десятки раз. Успешным опытом использования аудиовизуальных POSM можно назвать топперы для холодильников с mp3-плеерами и LCD мониторами, представленными в семейных гипермаркетах «Prisma» (Латвия).

Полимерные линзы с эффектом Фринелли. Шелф-токер с линзой позволяет визуально увеличить и выделить конкретный товар на полке. По данным ряда маркетинговых исследований, при использовании этого продукта объем продаж увеличивается вдвое.

Технологии Х3D. По мнению экспертов, реклама, созданная с помощью трехмерного изображения, привлекает внимание примерно 95% потенциальных потребителей. В отличие от обычных 3D технологий подобные трехмерные изображения воспринимаются без специализированных шлемов или очков. А видеоэффект благодаря пространственному воспроизведению наблюдается на расстоянии ста метров. Подобный тип рекламы особенно популярен в крупнейших торговых и развлекательных центрах Японии, Китая, Франции, Германии и США. В России к технологиям Х3D интерес проявляют маркетологи торговой сети «Виктория».

Технологии Just Touch. Эта система, разработанная в США на основе Touch Screen, реагирует на прикосновения потребителей. С ее помощью покупатели сами могут проверить наличие продукции и отыскать необходимую информацию. При этом перед потребителями все время мелькает логотип продвигаемого бренда, который, однако, не раздражает, а накладывается на подсознание. Подобная POS-реклама способна превращать самые простые витрины в полнофункциональные каналы продаж.

«Точка Bluetooth». Эта идея работает следующим образом. Мобильные либо стационарные точки в автоматическом режиме обнаруживают в определенном радиусе все устройства с подключенными Bluetooth и направляют запросы на прием электронных сообщений. При подтверждении запросов точки отсылают необходимые файлы, а банальная промокартинка при этом сопровождается интересной игрой, скрином, рингтоном или скринсейвером. «Точка Bluetooth» позволяет вести интерактивные диалоги с потребителями. В частности, подобная программа была выполнена для чешского пивного бренда «Plzensky Prazdroj». Целевой группой были избраны молодые мужчины, достучаться до которых можно только с помощью современных технологий. Поэтому закачивание рекламного контента из мобильных «точек Bluetooth» было точнейшим попаданием в цель.

Японские технологии Free Format Projection. Посредством особой технической обработки они создают иллюзию

присутствия любых объектов. Выбор объекта ограничен только фантазией трейд-маркетолога: это может быть, например, танцующий у входа в супермаркет логотип бренда, или прогуливающиеся под ручку в залах бутылки или банки... Подобные веселые зрелища надолго остаются в памяти покупателей, а следовательно, рекламируемые бренды тоже могут рассчитывать на успех.

3D картинка, вписанная в местность. Эта технология позволяет совместить бренд и реальный мир. Картины просматриваются в строго определенных точках, при удалении от них — распадаются. К разновидности этой идеи можно отнести кинопроекции на зданиях. Чтобы увидеть такое зрелище, многие люди специально приезжали в крупные американские торговые сети. Что примечательно, подобный анимированный рекламный проект можно сделать без финансовых расходов на носители.

Лайтбоксы — компактные и простые в обслуживании световые коробки, на которые наносятся логотипы компаний. Они представляют собой светящиеся изнутри неоновыми либо люминесцентными лампами конструкции разнообразных форм и габаритов с выполненными на фронтальных панелях изображениями. Такие световые коробки в наружной рекламе играют роль вывески, а в интерьерном оформлении они поддерживают общий фирменный стиль. Красочно оформленные имиджевые лайтбоксы круглосуточно доносят информацию до потребителей, способствуют запоминанию бренда, часто являются стильным украшением торговых объектов. Поскольку лайтбоксы обладают очень продуманными и функциональными конструкциями, их часто дополняют объемными элементами. Это делает индоор-рекламу яркой, нестандартной, впечатляющей, а рекламируемый образ запоминается надолго. Некоторые конструкции лайтбоксов, вмонтированные в пол, в крупных торговых центрах служат превосходными средствами навигации, указывающими покупателям расположение нужных отделов или брендов. Легкие и изящные напольные изображения с эффектным свечением по периметру очень популярны в торговых точках Северной и Западной Европы. Иные конструкции с логотипами компаний и рекламными постерами привлекают внимание, начиная светиться, когда потенциальный покупатель наступает на них. В отдельных случаях, если использование обычных лайтбоксов невозможно, используются световые стеллы, требующие минимум места и способные подчеркнуть уникальность и современность торговой марки.

Тротуарная графика. Она представляет собой брендированные стикеры с защищенной поверхностью, наклеиваемые прямо на асфальт перед входом в торговый центр.

Картонные муляжи с подъемными механизмами. Уникальный динамический эффект привлекает внимание потребителей к бренду и существенно повышает результативность применения этого вида POS-материалов.

Шелф-боксы. Этот прием для представления в не сетевых розничных точках полноценной линейки своих продуктов используют, например, марки «Santa Maria»



и «Greenfield». Не продать с его помощью весь ассортимент товаров просто невозможно.

Мини-боксы с определенным количеством единиц различных продуктов и бонусными экземплярами. Этот прием позволяет стимулировать несетевую розницу на закупки конкретного объема наименований. Приобретение микс-коробов очень удобно для небольших торговых точек, поскольку они могут закупить по оптовым ценам широкий ассортимент с несколькими бесплатными упаковками.

Шоу-боксы — коробки для групповой упаковки товара с крышкой, трансформирующейся в дисплей — активно используются для специального выделения определенных видов товаров на полках. Эти рекламные конструкции обеспечивают рост продаж за счет уникального дизайна.

Подарочные сертификаты. Тонкость этого приема в том, что покупатель приобретает некое изделие в подарок другому человеку, не являющемуся потребителем этого бренда. То есть подарочный набор выступает в роли

продукта-промоутера, который вовлекает в ряды новых людей. Например, в Прибалтике обрели популярность подарочные карты на «винные ужины», предоставляемые торговым посредникам. Как правило, в ходе этих солидных мероприятий представителям торговой точки предлагается попробовать винные новинки, о которых дается исчерпывающая информация.

Серьезные игроки рынка постоянно находятся в поиске новых инновационных идей. Сегодня недостаточно просто вывести продукцию на рынок, недостаточно даже сделать ее запоминающейся [3]. Стандартные наборы приемов используют только аутсайдеры. По-настоящему успешными становятся только те компании, которые стараются отличаться от конкурирующих организаций по множеству признаков, которые постоянно разогревают покупательский интерес новыми предложениями и вкусами, новшествами в упаковке или эффективными трейд-маркетинговыми мероприятиями.

#### Литература:

1. Бронникова, Ю. POSМотри вокруг! или Как повысить продажи в рознице/[Электронный ресурс]. Режим доступа — <http://www.e-xecutive.ru/community/articles/1547137/?page=0>
2. Ведерникова, Л. Как правильно вступать в контакт с разными типами покупателей/10.04.2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа — <http://pallada-center.ru/articles/cat1/article97.html>
3. Евсеева, О. Инновационные идеи трейд-маркетинга //Продвижение Продовольствия. Prod&Prod, 2011. — №8
4. Зенин, Л. Виды и перспективы современных POSM/08.05.2014 [Электронный ресурс]. Режим доступа — <http://adindex.ru/publication/tools/2014/05/8/109977.phtml>
5. Канаян, К., Канаян Р., Канаян А Проектирование магазинов и торговых центров. — М.:Юнион-Стандарт Консалтинг, 2005. — 424 с.
6. Позиционирование бренда [http://www.step-by-step.ru/branding\\_text/positioning.php](http://www.step-by-step.ru/branding_text/positioning.php)
7. Рекламный штендер сегодня [Электронный ресурс]. Режим доступа — <http://www.nazaykin.ru/MP/transit/outdoor/shtender.htm>

## Тенденция в развитии современной системы стратегического управления человеческими ресурсами

Чжан Вэйцю, магистрант  
Российский университет дружбы народов

**В** современных компаниях управление человеческими ресурсами выделилось в отдельную систему, являющуюся частью общей системы организации. Служба управления человеческими ресурсами (HR-служба) представляет собой подразделение в организационной иерархии компании, осуществляющее управление сотрудниками в системе управления персоналом.

Все более яркой тенденцией в области управления человеческими ресурсами становится интеллектуализация труда. Интеллектуализация труда в самом общем смысле — это увеличение доли умственного труда в об-

щественном производстве. Процесс интеллектуализации труда реализуется в нескольких направлениях. Во-первых, под влиянием требований экономики изменяются сущность и принципы образования, происходит дальнейший рост и выравнивание образовательного уровня по отраслям и профессиям в результате подтягивания отраслей и профессий преимущественно низкоквалифицированной работы в передовые позиции. Во-вторых, решающее стратегическое значение приобретает воспитание личности, направленное на развитие инициативности, творческого мышления на всех

стадиях общеобразовательной и профессиональной подготовки. Как следствие, можно констатировать то, что в передовых странах началось утверждение принципов трудовой деятельности, в основе которых лежат постоянное обновление знаний и освоения новых специальностей. Основной отличительной чертой продуцирования знаний от других видов умственной деятельности является то, что оно является сугубо внутренним творчеством индивида для самого себя, для собственного потребления и надстройки новых уровней интеллекта. Интеллектуальный труд сложнее, ценнее, продуктивнее. Поэтому он выше вознаграждается, а рост доходов работников порождает новые стимулы для развития человеческого капитала и дает для этого новые возможности. Следует отметить, что изменения характера труда в форме интеллектуализации, креативизации и информатизации ведут к трансформации социальной структуры современного общества. Следует рассматривать три направления влияния этих процессов на социальную структуру общества и трансформацию применения человеческих ресурсов:

— Изменение структуры занятости. Увеличивается доля работников, занятых интеллектуальным трудом. Научно-технический прогресс стимулирует поляризацию рабочей силы: с одной стороны, пока немногочисленная, но постоянно растущая группа работников интеллектуального труда, а с другой — группа средне-квалифицированной рабочей силы, спрос на которую достаточно велик.

#### Литература:

1. Балашов, А. И., Котляров И. Д., Санина А. Г. Управление человеческими ресурсами: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2012. — 320 с: С. 49–50
2. Крушельницкая, А. В., Мельничук Д. П. Управление персоналом. — К., 2008.
3. Магура, М. И., Курбатова М. Б. Организация обучения персонала компании. М.: Интел-сервис, 2010. с. 58–61

## Влияние банковского сектора на экономическое развитие и эффективную работу субъектов малого и среднего предпринимательства в Тюменской области

Шараборин Евгений Викторович, магистрант  
Тюменский государственный университет

*В статье рассмотрен доклад участника межрегиональной конференции, посвященной вопросам развития кредитования реального сектора экономики, субъектов малого и среднего предпринимательства в Тюменской области А. В. Артюхова — первого заместителя председателя Тюменской областной Думы.*

Выбранная для статьи тема является достаточно актуальной. Для динамичного развития экономики, перехода к инновационному хозяйственному укладу и укрепления позиций России в мировом сообществе необходимо создание устойчивой и эффективной банковской инфраструктуры.

— Усиление неоднородности структуры современного среднего класса. Это поясняется различиями в характере труда традиционного и нового среднего классов: традиционный средний класс выполняет работу преимущественно нетворческого, малоинтеллектуального характера, новый средний класс работает творчески, с элементами интеллектуализации, интегрирован в процессы автоматизации и компьютеризации общественного производства. Поэтому можно констатировать начало формирования качественно нового социального слоя интеллектуальных работников.

— Возникновение «новых маргинальных слоев» как следствие перехода к постиндустриальному обществу. Традиционно к маргиналам принадлежали неспособные и нежелающие систематически работать люди, живущие случайными заработками, кражами и т. п. Современным же маргиналом становится лицо, способное к производительному труду, но не нашедшему возможности реализовать себя в полной степени и оказавшимся на обочине социальных отношений.

Таким образом, развитие современной системы стратегического управления человеческими ресурсами порождает новый тип управления трудом, основывающийся на равноправных, партнерских взаимосвязях работодателей и наемных работников, охватывает не только фазу использования рабочей силы с целью получения экономических выгод для собственника средств производства, но и непосредственно касается формирования и развития потенциала работников.

Банковская система является неотъемлемой частью современной финансовой системы и играет важнейшую роль в современных экономических отношениях.

Банковский сектор Тюменской области по итогам 2013 года показал стабильное развитие. Положительная динамика наблюдалась по всем основным коли-

чественным показателям, росли активы банковского сектора и прибыль по итогам года.

Стоит отметить, что вклады населения выросли за год на 16,9%. Вместе с тем банковский сектор России испытывает определенные сложности, связанные с замедлением роста российской экономики и процедурами отзыва лицензий у кредитных организаций в связи с неисполнением федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, а также нормативных актов Банка России, установлением фактов существенной недостоверности отчетных данных. Все это влияет на население и на бизнес. С одной стороны, оздоровление банковского сектора — это положительный момент. С другой — это приносит некоторую нервозность.

Наблюдаются устойчивый опережающий рост просроченной задолженности и высокая закредитованность заемщиков. Это также влияет на работу банков и ужесточает процедуру выдачи кредитов. Кредитная поддержка экономики является одной из центральных проблем банковского сектора.

Крупный, средний и малый бизнес выстраивает свое развитие, основываясь на заемных средствах у банков, что, в свою очередь, ставит в зависимость развитие бизнеса от доступности кредитных ресурсов. Таким образом, очевидно наличие прямых и обратных связей при взаимодействии банков и бизнеса: если банк готов предоставлять длинные и недорогие деньги предприятиям, соответственно, предприятие может стабилизировать свое финансовое состояние, развиваться и предоставлять по доступной цене услуги и товары, обеспечивать рабочие места и стабильный доход населению, своевременно платить по кредитному договору банку, гарантируя тем самым ему стабильный доход.

Однако в современных условиях в процесс взаимодействия представителей бизнеса и банков необходимо вовлечение и третьего участника — государства. Именно меры государственной поддержки оказывают положительное влияние на развитие реального сектора экономики и способствуют привлечению заемных средств в экономику.

Для решения поставленных задач в Тюменской области создана достаточная законодательная база, направленная на привлечение инвестиций, развитие промышленности, а также решение социальных задач. В частности, приняты законы:

1. «О государственной поддержке инвестиционной деятельности в Тюменской области». Принят постановлением Тюменской областной Думы от 24.06.2003 г. №915 (с изменениями на 5 апреля 2013 года).

Настоящий Закон направлен на развитие инвестиционной деятельности на территории Тюменской области, включая территории автономных округов, на повышение заинтересованности лиц, осуществляющих инвестиционную деятельность, в увеличении производства товаров, работ и услуг, на активизацию привлечения и эффективного использования отечественных и иностранных финансовых ресурсов, передовой техники, технологий.

Настоящий Закон определяет формы государственной поддержки инвестиционной деятельности на территории Тюменской области, включая территории автономных округов и условия ее предоставления органами государственной власти области, а также гарантии и способы защиты прав держателей инвестиционных проектов.

2. «О поддержке отдельных видов промышленной деятельности в Тюменской области». Принят постановлением Тюменской областной Думы от 23.12.2004 г. №1875 (с изменениями на 27 декабря 2013 года).

Настоящий Закон устанавливает правовые основы государственной поддержки отдельных видов промышленной деятельности в Тюменской области.

3. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Тюменской области».

Принят постановлением Тюменской областной Думы от 24.04.2008 г. №733 (с изменениями на 01 июля 2014 года).

Необходимо отметить, что в рейтинге инвестиционной привлекательности российских регионов Тюменская область находится в числе лидеров. Это результат работы, проводимой региональными властями по оказанию мер государственной поддержки инвесторам. Ежегодно в областном бюджете закладываются немалые средства на поддержку и развитие инвестиционной деятельности, реального сектора экономики. Так, на текущий год утверждена Программа государственных гарантий Тюменской области в объеме двух миллиардов рублей на оказание государственной поддержки инвестиционной, промышленной деятельности, строительство и сельскохозяйственное производство.

В областном реестре зарегистрировано 287 инвестиционных проектов на общую сумму свыше одного триллиона рублей. Причем те инвестиционные проекты, сумма которых превышает 300 миллионов рублей, курируются департаментом инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства Тюменской области, а проекты с суммой менее 300 миллионов рублей — непосредственно муниципалитетами совместно с Инвестиционным агентством Тюменской области.

В конце января в Тюмени прошел первый Тюменский инвестиционный форум «Инвестиции и индустриализация».

Его участниками отмечалось, что приоритетным направлением государственной поддержки инвесторов является субсидирование приобретения нового оборудования и кредитов на строительство новых производственных объектов.

Также важными элементами господдержки являются предоставление налоговых льгот и так называемое административное сопровождение, которое заключается в помощи по подбору и выделению земельных участков и объектов недвижимости, находящихся в муниципальной собственности, получении соответствующих разрешений на строительство, помощи в техническом подключении к сетям.

Сочетание этих элементов поддержки, оказываемой бизнесу, дает положительный эффект. Не случайно в сложный кризисный период многие инвесторы остались на территории Тюменской области и не свернули своих проектов.

А.В. Артюховым затронута тема законодательного обеспечения развития инвестиционной деятельности в регионе, отдельно отмечен областной Закон «О предоставлении субсидий и займов гражданам на строительство или приобретение жилья в Тюменской области за счет средств областного бюджета». Принят постановлением Тюменской областной Думы от 15.07.1999 года №720 (с изменениями на 24 апреля 2014 года).

Положения данного Закона постоянно совершенствуются, появляются новые участники государственных жилищных программ, расширяется география его применения. Так, настоящим Законом предусмотрены дополнительные меры государственной поддержки при приобретении жилья молодым семьям и работникам бюджетной сферы. Положениями Закона предусматривается выделение за счет средств областного бюджета субсидии, которая может быть направлена на приобретение готового жилья, строительство индивидуального жилого дома, а также на уплату первоначального взноса, погашение основной суммы долга или процентов по ипотечному кредиту или займу. Реализация положений указанного Закона помогает развивать ипотечное кредитование на территории

области и активно вовлекать банки в процесс реализации областных жилищных программ.

А.В. Артюховым отмечалась активная работа в этом направлении таких банков как Газпромбанк, Сбербанк, Запсибкомбан.

От себя хотелось бы отметить показатели Запсибкомбанка за последние несколько лет. На протяжении последних четырех лет Запсибкомбанк активно наращивал объем кредитования МСБ:

— Общее количество заемщиков увеличилось в 7,7 раза.

В посткризисный период восстановления в 2010–2011 годы темпы прироста количества заемщиков МСБ превышали 100%, в 2012–2013 годы на фоне замедления экономики темпы прироста значительно снизились, до 13–20% в год.

— Объем кредитного портфеля увеличился в 2,7 раза.

В 2010–2011 годы темпы прироста кредитного портфеля заемщиков МСБ составляли 33–60%, однако в настоящее время на фоне стагнации экономики отмечается замедление темпов роста кредитования МСБ — прирост задолженности в 2013 году составил 13%.

— Доля занятого населения в секторе МСБ в России составляет 27%, тогда как в развитых странах, а также в Польше, Китае данная доля превышает 60%.

— Доля сектора МСБ в ВВП страны составляет 21% против 42–56% в других странах.

#### Литература:

1. О.И. Лаврушин. Банковское дело: учебник для студентов, обучающихся по направлению «Экономика». Москва 2013.
2. <http://www.duma72.ru/>
3. <http://admtymen.ru/>

## Влияние экономических санкций на рынок труда Российской Федерации

Шаринова Галина Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент  
Калмыцкий государственный университет (г. Элиста)

Барангов Виталий Анатольевич, студент  
Российский государственный аграрный университет имени К. А. Тимирязева (г. Москва)

*В статье рассмотрено влияние экономических санкций, введенных со стороны стран ЕС и США, на рынок труда Российской Федерации. Для активизации рынка труда предложено оказывать помощь населению в переподготовке кадров, активнее принимать меры поддержки отечественного товаропроизводителя по импортозамещению.*

**Ключевые слова:** рынок труда, безработица, санкции, государственная политика, занятость населения.

В настоящее время в условиях экономической нестабильности органы местного самоуправления, также как и центральные органы власти обращают большое внимание на исполнение принятых законодательных до-

кументов по сохранению макроэкономической стабильности.

Основными целями государственной политики, направленной на развитие сферы труда и занятости ре-

гиона, являются обеспечение развития кадрового потенциала, повышение трудовой мобильности рабочей силы, создание сбалансированного по спросу и предложению рынка труда, реализация права граждан на труд в условиях, отвечающих требованиям безопасности и гигиены, развитие социального партнерства.

Трудно поспорить с утверждением, что замедление экономического роста в последние годы обусловлено отсутствием факторов устойчивого экономического роста и неблагоприятным инвестиционным климатом.

Любые экономические кризисы, которые сопровождаются спадом производства и не зависят от причин возникновения кризиса, приводят к снижению покупательского спроса и нехватки у предприятий денежных средств на реализацию различных проектов. В этом случае производители вынуждены экономить и сокращать свое производство, используя один из самых распространенных способов экономии — сокращение рабочего персонала. Большая часть компаний призналась, что новых сотрудников нанимать не собирается. Они предпочитают развивать профессионализм уже имеющегося персонала, если возникает необходимость.

Российская экономика пребывает в состоянии кризиса. Рыночные взаимоотношения в стране в последние годы вызывают увеличение числа безработных. Большая часть экономически активных граждан не имеют постоянного места работы.

Известны основные последствия низкой занятости населения:

- снижение прибыльности предприятий;
- медленная активность работника после длительной безработицы;
- низкое развитие экономической стороны жизни людей;
- снижение уровня психического комфорта граждан;
- недоверие правительству страны;
- потеря уровня квалификации специалистов;
- снижение ВВП государства;
- рост уровня криминальных нарушений.

Уровень безработицы по регионам в последнее время сильно различается: дифференциация достигает 26 раз, по округам — почти 3,5 раза.

Низкий уровень безработицы в сентябре 2014 года был зафиксирован в Центральном федеральном округе — 3,1%, самый высокий — в Северо-Кавказском федеральном округе (10,8%). Из регионов Российской Федерации самый высокий уровень безработицы наблюдается в Ингушетии (31,1%) [1].

Социологическое исследование компании «Ромир» показало, что, по мнению россиян, в 2014 году ситуация

на рынке труда ухудшилась. Авторы исследования определили ее как «депрессивный штиль» [2]. Согласно исследованиям холдинга «Ромир» только 7% работников сменили место работы осенью 2014 года. Это самый низкий показатель за 6 последних лет. Также это в два раза ниже, чем осенью 2012 года и в три раза ниже 2013 года.

Осенью 2014 работодатели практически прекратили поиск новых сотрудников и перестали увеличивать заработную плату. Сложная экономическая ситуация заставляет работников крепче держаться за свои рабочие места.

«Наверное, те настроения, которые социологи зафиксировали у людей, имеют право на существование — рассказал в интервью Pravda. Ru первый заместитель председателя комитета Государственной думы ФС РФ по труду, социальной политике и делам ветеранов Михаил Тарасенко. Несмотря на то, что безработица у нас не растет, практически не растет и заработная плата, притом, что цены растут» [3].

Экономический кризис во все времена нарушает баланс общественных отношений, что не может не отражаться на рынке труда. В первую очередь экономический спад, если мы говорим о глобальном спаде производства, вызывает такие ухудшения в трудовых правоотношениях, как приостановка работ, сокращения заработной платы, массовые увольнения, «принудительно-добровольное» предоставление отпусков без сохранения заработной платы, переводы на другую работу, смена режимов работы без согласия работников и т. д.

Главная тенденция, которая наблюдается в такие периоды, — панические настроения, как самих работников, так и работодателей, что выражается в росте нарушений. Тем не менее, при грамотно проводимой политике руководства всегда можно найти разумный и, самое главное, законный выход из сложившейся ситуации.

Полностью избавиться от безработицы никому в мире не удалось. Можно только снизить ее количество. Как можно улучшить рынок труда в России, современное состояние и перспективы развития которого находятся не в самом выгодном положении?

Для активности рынка труда в Российской Федерации необходимо решить сложные экономические проблемы, которые мы сегодня наблюдаем.

Для снижения числа безработных необходимо оказать помощь населению в переподготовке кадров.

Необходимо в соответствии с ситуацией, которая складывается в стране, принимать меры к тому, чтобы импортозамещение шло гораздо быстрее, чтобы была активнее поддержка отечественного товаропроизводителя. В этом случае, мы можем ожидать какое — то улучшение на рынке труда.

#### Литература:

1. <http://www.gks.ru/>
2. [http://romir.ru/studies/614\\_1417035600/#form](http://romir.ru/studies/614_1417035600/#form)
3. <http://www.pravda.ru/economics/prognoses>



## Особенности сельского рынка труда муниципальных образований (на материалах Вологодской области)

Шитяков Руслан Александрович, аспирант  
Вологодский институт бизнеса

*Структура рынка труда не однородна и состоит из ряда различных сегментов. Под сегментацией рынка труда понимается процесс деления предложения и спроса рабочей силы на группы, выражающие совокупности, которые обладают определенными общими признаками. Цель сегментации заключается в получении результатов, позволяющих определить особенности рынка труда и обосновать меры по его регулированию с учетом влияния на выделенные сегменты. Сельский рынок труда является одним из сегментов муниципального рынка труда, подчиняется общим закономерностям его функционирования, развития и, в то же время, имеет свою специфику.*

**Ключевые слова:** сельский рынок труда, численность сельского населения, уровень сельской безработицы.

Основная цель регулирования рынка труда — содействии эффективному распределению и перераспределению рабочей силы по территориям, отраслям и профессиям, оказание помощи населению, прежде всего из числа не конкурентоспособных, в трудоустройстве, социальной поддержке и адаптации к рыночным условиям. Структура рынка труда не однородна и состоит из ряда различных сегментов. Под сегментацией рынка труда понимается процесс деления предложения и спроса рабочей силы на группы, выражающие совокупности, которые обладают определенными общими признаками. Цель сегментации заключается в получении результатов, позволяющих определить особенности рынка труда и обосновать меры по его регулированию с учетом влияния на выделенные сегменты.

Рассмотрим один из сегментов муниципального рынка труда — сельский рынок труда.

Сельский рынок труда представляет собой часть муниципального рынка труда и, следовательно, подчиняется общим закономерностям его функционирования, развития и, в то же время, имеет свою специфику, которая отражена на рисунке 1.

Ситуация на рынке труда характеризуется большей напряженностью именно в сельской местности, где возможности трудоустройства и выбор вакансий сильно ограничены, а темпы роста и продолжительность безработицы выше, чем в городе, и превышают социально допустимый уровень. В этих условиях детальное изучение складывающейся ситуации на сельском рынке труда выходит на одно из первых мест в проблематике, связанной с развитием сельского хозяйства и сельских территорий.

Специфической особенностью сельского хозяйства является высокая трудоемкость и низкая доходность отраслей, что сопровождается оттоком ресурсов, в том числе рабочей силы, в другие сферы производства. Большая часть сельскохозяйственных организаций неплатежеспособна, их материально-техническая база разрушается, сокращаются масштабы хозяйственной деятельности, уменьшается число занятых в производстве и увеличивается уровень безработицы. Положение усугубляется сложной демографической ситуацией на селе,

отсутствием важных для жизнеобеспечения людей объектов социальной и инженерной инфраструктуры.

В 2012 году в Вологодской области произведено продукции сельского хозяйства на сумму 21,6 млрд. рублей, из них продукции растениеводства — 6,3 млрд. рублей; продукции животноводства — 15,3 млрд. рублей. Индекс производства продукции сельского хозяйства в 2012 году составил 97,2% (в 2011 году 110,6%). Доля сельского хозяйства области в валовом региональном продукте составляет 5,6% [5].

В Вологодской области наблюдается негативная тенденция сокращения занятых в коллективных сельскохозяйственных организациях. По данным Вологдастат численность работников, занятых в сельскохозяйственном производстве в 2012 году по сравнению с 2006 годом уменьшилась на 35,8%. (2006 г. — 31,3 тыс. чел., 2012 г. — 20,1 тыс. чел.) [3]. Сельское хозяйство, как и в других нечерноземных областях, остается кризисным сектором экономики. За период 2005–2013 гг. поголовье крупного рогатого скота в области сократилось в 1,4 раза [4]. В 2013 г. эта тенденция сохранилась во всех районах, разница лишь в темпах спада: в самых отдаленных районах поголовье крупного рогатого скота за год уменьшилось на 15–20%, в пригородных — на 3–7%. Область специализируется на производстве молока, но объемы производства растут только в пригородных районах, более густозаселенных и транспортно освоенных. На 4 района из 26 (Вологодский, Череповецкий, Грязовецкий и Шекснинский) приходится 55% производимого в области молока. В остальных отраслях аграрного сектора до 2013 года устойчивый рост имели только крупные птицефабрики, все они расположены вблизи Вологды и Череповца или между ними (Шекснинский район), в 2013 году птицефабрики сократили объемы производства. В результате товарное сельское хозяйство все более концентрируется в нескольких пригородных районах, а на обширной периферии области аграрного сектора деградирует. Так в 2010 году производство сельско-

Особенности формирования и функционирования рынка труда на селе		
Связанные с сельской местностью	Связанные с сельскохозяйственным производством	Связанные с внешними факторами
<ul style="list-style-type: none"> <li>занятие преимущественно сельскохозяйственным трудом;</li> <li>меньшая степень социально-экономического развития;</li> <li>ограниченность сфер приложения труда;</li> <li>низкий уровень развития инфраструктуры села;</li> <li>особое социально-психологическое поле;</li> <li>меньшая плотность рабочей силы и рабочих</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>зависимость результатов производства от природно-климатических условий;</li> <li>территориальная рассредоточенность производственных объектов;</li> <li>сезонность производства;</li> <li>работа с живыми организмами (животными, растениями) и возобновляемым средством производства – землей;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>степень кооперации, интеграции производства;</li> <li>техничко-экономические факторы (НТП, степень автоматизации и др.);</li> <li>социальная, бюджетная, финансовая, налоговая политика государства;</li> <li>демографические и миграционные процессы;</li> <li>социально-правовые факторы.</li> </ul>

Рис. 1

хозяйственной продукции на душу населения в среднем по области составило 17,5 тыс. руб. на человека [2]. Лидером по данному показателю стал Вологодский район (115,2 тыс. руб./чел.), аутсайдером Вытегорский район (5,8 тыс. руб./чел.). Оба района относятся к группе муниципальных образований с промышленно-аграрной структурой экономики. В группе муниципальных районов с аграрной структурой экономики наибольшее количество сельскохозяйственной продукции на душу населения произведено в 2010 году в Усть-Кубенском муниципальном районе (37,6 тыс. руб./чел.), наименьшее — в Вашкинском районе (15,4 тыс. руб./чел.). Соотношение между максимальным и минимальным значением среднедушевого производства сельскохозяйственной продукции в 2010 году составило 19,8 (в 2000 году — 9,0). Дифференциация районов по данному показателю значительно усилилась. Во всех районах области в сопоставимых [ценах объем производства продукции сельского хозяйства снизился, численность занятых в сельском хозяйстве сократилась [2].

Кроме низкого спроса на рабочую силу, ситуацию с занятостью населения в сельских районах осложняют худшие, чем в городской местности:

- уровень оплаты и условия труда;
- уровень экономической активности самих жителей — в 2013 году 66,5%;

мотивационные характеристики незанятых и безработных — около трети через несколько месяцев перестают искать работу;

- более высокая продолжительность безработицы, повышенная доля застойной (более 12 месяцев) безработицы;
- структура безработных — среди них выше доли лиц без профессии, с низкой квалификацией, более низким уровнем образования, социально запущенных и т. п.

За период 2008–2013 гг. существенно изменилась возрастно-половая структура сельского населения.

Так, с 2008 г. по 2013 г. происходило дальнейшее уменьшение сельского населения. В целом за данный период численность сельского населения области уменьшилась на 9,2%. Причем сокращение численности сельских женщин сильнее выражено (на 10,3% по сравнению с 2008 г.), чем сокращение численности мужчин (на 7,9%), что отрицательно сказывается на общем воспроизводственном потенциале сельской местности.

Численность экономически активного сельского населения области имеет нестабильную динамику с тенденцией к сокращению. За 2008–2012 гг. данный показатель снизился на 19,0 тыс. чел., или на 10,0%, что обусловлено снижением численности занятых (на 8,6%), и хаотичным изменением численности безработных. Уровень экономической активности сельского населения сокращается более быстрыми темпами, чем городского.

Уровень занятости сельского населения имеет тенденцию к сокращению и составляет в среднем 60,3%. Уровень занятости сельского населения по сравнению с городским был заметно ниже на протяжении всего периода исследования. Уровень безработицы на селе, рассчитанный по методике МОТ в 2012 году превысил уровень безработицы городского населения в 2,1 раза.

Государственное регулирование сельского рынка труда в период трансформации сельской занятости в основном заключалось в проведении пассивных мер по выплате незначительных пособий небольшому числу безработных селян. В настоящее время одной из основных организаций, осуществляющих государственное регулирование сельского рынка труда является Государственная служба занятости и центры содействия занятости населения, расположенные на территории районов. Однако система районных центров содействия занятости населения не может в «одиночку» решить проблему сельской безработицы. Основное направление деятельности Центров занятости ориентировано на пассивную выдачу пособий по безработице, размер которых не достигает прожиточного минимума. При обращении сельских жителей в службы занятости прослеживается влияние сезонности. Зимой спрос на рабочую силу падает, относительная стабилизация в трудоустройстве отмечается в весенние и летние периоды. Это связано с тем, что часть безработных трудоустроивается на временные и сезонные работы, так как большинство вакантных рабочих мест на селе является низкодоходными, безработные предпочитают получать минимальное пособие по безработице. Одним из наиболее перспективных направлений деятельности Центров занятости является профессиональное обучение, профориентация и профилирование сельских безработных, которые в настоящее время не получили соответствующего уровня развития.

При снижении количества безработных в сельской местности их доля в общей численности безработных возросла с 33,5% в 2010 году до 36,2% в 2012 году. Уровень сельской безработицы в 1,2 раза выше средне областного уровня официально регистрируемой безработицы.

Резкий рост безработицы наблюдается в 2008–2009 гг., что связано с последствиями экономического кризиса, повлекшими массовые увольнения. За 2009 год почти вдвое увеличилось число безработных в сельской местности. За период 2010–2013 годы уровень регистрируемой безработицы среди сельского населения значительно снизился и составил 1,8%, но в то же время в 14 из 26 муниципальных районов уровень сельской безработицы превысил средне областное его значение.

Несмотря на абсолютный рост заработной платы работников сельского хозяйства в 2009–2013 гг., сохраняется разрыв в уровне оплаты труда в сельском хозяйстве по сравнению с другими видами деятельности. Она составляет в среднем 72,9% от средней заработной платы в экономике. В то же время имеется разброс по уровню средней заработной платы работников сельского хозяйства по муниципальным районам. Так в Кичменгско-Городецком муниципальном районе среднемесячная заработная плата работников сельхозпредприятий в 2009 году составила 6107 руб. или 36,8% от уровня среднемесячной заработной платы по области, в 2013 году ее уровень достиг 9786 руб. и составил 38,9% от среднего уровня по области [6].

Следует отметить тот факт, что в Вологодской области по данным Росстата по состоянию на 1 января 2014 года имеется задолженность предприятий, организаций по выплате заработной платы работникам в сумме 123,6 млн. рублей, из них 47,5 млн. руб. — задолженность по заработной плате в сельском хозяйстве, охоте, лесозаготовках, обрабатывающих производствах [8]. Отсутствие достойного эквивалентного вознаграждения за свой труд и другой интересной работы побуждает работников вкладывать свой основной потенциал в развитие личного подсобного хозяйства, которое из формы вторичной занятости часто превращается в основную и единственную сферу приложения труда на селе.

Обобщая результаты анализа процессов, происходящих на сельском рынке труда Вологодской области, выделим следующие тенденции его развития:

**позитивные:** абсолютный рост заработной платы работников сельского хозяйства, снижение уровня официально регистрируемой безработицы;

Таблица 1. Динамика сельского населения по полу и возрасту [4]

	Годы						2013 г. в % к 2008 г.
	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	
Все сельское население, тыс. чел. Из них:	373,7	367,9	362,1	345,6	343,3	339,5	90,8
— мужчины	176,4	174,1	171,8	165,4	163,9	162,4	92,1
— женщины	197,3	193,8	190,3	182,6	179,6	177,1	89,7
В том числе в возрасте:							
моложе трудоспособного	57,8	57,4	57,1	56,5	57,3	59,06	102,1
трудоспособном	223,3	219,2	213,3	196,6	192,3	184,4	82,6
старше трудоспособного	92,5	91,3	91,7	92,5	93,7	96,0	103,8

Таблица 2. Экономическая активность населения в возрасте 15–72 лет [4].

Экономически активное население, тысяч человек	в том числе		Экономически неактивное население, тысяч человек	Уровень экономической активности населения, %	Уровень занятости, %	Уровень безработицы, % <sup>8*</sup>	
	Занятые	Безработные					
Всего				%			
2008	658,1	621,2	36,8	292,1	69,3	65,4	5,6
2009	670,6	618,5	52,0	272,1	71,1	65,6	7,8
2010	654,0	602,8	51,2	281,2	69,9	64,5	7,8
2011	644,6	597,5	47,1	279,6	69,7	64,6	7,3
2012	640,3	603,3	37,0	275,3	69,9	65,9	5,8
Городское население							
2008	468,4	451,9	16,5	201,0	70,0	67,5	3,5
2009	480,0	446,6	33,4	186,9	72,0	67,0	7,0
2010	473,7	442,4	31,3	189,9	71,4	66,7	6,6
2011	470,5	439,4	31,1	191,6	71,1	66,4	6,6
2012	469,6	448,5	21,1	189,4	71,3	68,1	4,5
Сельское население							
2008	189,7	169,4	20,3	91,1	67,6	60,3	10,7
2009	190,6	172,0	18,6	85,3	69,1	62,3	9,8
2010	180,3	160,4	19,9	91,2	66,4	59,1	11,1
2011	174,1	158,1	16,0	88,0	66,4	60,3	9,2
2012	170,7	154,8	15,9	85,9	66,5	60,3	9,3

\*По методологии МОТ.

**негативные:** стабильное снижение численности сельского населения, сокращение численности занятых на селе и уровня занятости, скачкообразное изменение коэффициента напряженности на рынке труда, снижение количества объектов социальной инфраструктуры на селе;

**инерционные:** неизменно низкий уровень оплаты труда в сельскохозяйственном производстве относительно среднего по области, стабильно высокая средняя продолжительность поиска работы, высокая доля сельских жителей, занятых в неформальном секторе экономики.

Муниципальные образования Вологодской области существенно различаются между собой по уровню соци-

ально-экономического развития. Одной из ярко выраженных тенденций социально-экономического развития муниципальных образований Вологодской области последних лет является усиление дифференциации показателей, характеризующих состояние экономики и социальной сферы, а значит и муниципального рынка труда, не исключая его сегмента — сельского рынка труда. Сельский рынок труда — это широкий круг проблем социально-экономических отношений, затрагивающий повышение эффективности аграрного производства и исследование трудового потенциала села.

Таблица 3. Сравнительный анализ общего уровня регистрируемой безработицы в Вологодской области и уровня сельской безработицы

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Отклонение 2012 г. к 2010 г.
Число безработных, зарегистрированных в службе занятости, всего, чел.	16028	11564	9503	59,2%
Количество безработных в сельской местности, всего, чел.	5379	4024	3444	64,0%
% сельских жителей в общей численности безработных.	33,5	34,8	36,2	+2,7
Уровень официально регистрируемой безработицы, %	2,4	1,8	1,5	
Уровень сельской безработицы, %	2,8	2,1	1,8	
Отклонение:	+0,4 п. п.	+0,3 п. п.	+0,3 п. п.	

Таблица 4. Уровень сельской безработицы в муниципальных образованиях области [7]

Муниципальные образования	ЭАН, проживающее в сельской местности (принятое на 01.01.12.)	Количество безработных в сельской местности, чел.			Уровень сельской безработицы, %		
		На 01.01.11	На 01.01.12	На 01.01.13	На 01.01.11	На 01.01.12	На 01.01.13
По области, всего	191700	5379	4024	3444	2,8	2,1	1,8
<b>Муниципальные районы с промышленно-аграрной структурой экономики</b>							
Бабаевский	5361	165	97	72	3,0	1,7	1,3
Белозерский	4103	177	132	91	3,7	2,8	2,2
Великоустюгский	9793	421	270	328	4,0	2,6	3,3
Вожегодский	5416	204	159	91	3,7	2,9	1,7
Вологодский	27628	615	469	340	2,4	1,8	1,2
Вытегорский	9027	300	247	236	3,2	2,6	2,6
Грязовецкий	7495	297	222	168	3,5	2,6	2,2
Кадуйский	1805	59	40	35	2,8	1,9	1,9
Кирилловский	4431	205	139	105	4,1	2,8	2,4
Никольский	7550	183	181	145	2,2	2,2	1,9
Сокольский	4377	162	52	60	3,8	1,2	1,4
Тотемский	7714	203	142	130	2,6	1,8	1,7
Устюженский	5033	168	166	139	3,2	3,2	2,8
Харовский	3447	158	115	82	4,2	3,0	2,4
Чагодощенский	2024	74	79	53	3,4	3,6	2,6
Череповецкий	22267	363	267	271	1,8	1,3	1,2
Шекснинский	5963	148	95	69	2,4	1,5	1,2
<b>Муниципальные районы с аграрной структурой экономики</b>							
Бабушкинский	7222	143	100	112	2,0	1,4	1,6
Вашкинский	4377	160	121	66	3,4	2,6	1,5
Верховажский	7550	231	181	196	2,8	2,2	2,6
Кичм-Городецкий	10066	217	228	237	2,1	2,2	2,4
Междуреченский	3337	140	125	106	3,8	3,4	3,2
Нюксенский	5307	153	64	54	2,7	1,1	1,0
Сямженский	4869	200	133	96	3,9	2,6	2,0
Тарногский	7003	132	121	105	1,8	1,6	1,5
Усть-Кубенский	4377	101	79	57	2,2	1,7	1,3

Таблица 5. Динамика среднемесячной заработной платы работников сельского хозяйства Вологодской области [4]

	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	% роста 2013/2009
Среднемесячная зар. плата работников сельского хозяйства, руб.	12398	13444	15216	16785	18180	146,6
Среднемесячная зар. плата в экономике, руб.	16566	18536	20250	22649	25126	151,7
в % к среднему уровню оплаты труда в экономике	74,8	72,5	75,1	74,1	72,9	

Литература:

1. Закон РФ от 19 апреля 1991 г. № 1032–1 «О занятости населения в Российской Федерации»;
2. Е.А. Гутникова, Н.В. Чекавинский, Н.В. Ворошилов «Формирование и развитие территориальных сообществ», Сборник «Проблемы развития территории», выпуск 5/61; 2012 г.



Таблица 5. Динамика среднемесячной заработной платы работников сельского хозяйства Вологодской области [4]

	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	% роста 2013/2009
Среднемесячная зар. плата работников сельского хозяйства, руб.	12398	13444	15216	16785	18180	146,6
Среднемесячная зар. плата в экономике, руб.	16566	18536	20250	22649	25126	151,7
в % к среднему уровню оплаты труда в экономике	74,8	72,5	75,1	74,1	72,9	

3. Официальный сайт территориального органа федеральной службы государственной статистики по Вологодской области (Вологдастат): <http://vologdastat.gks.ru>.
4. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>;
5. Официальный Портал Правительства Вологодской области: [vologda-oblast.ru](http://vologda-oblast.ru).
6. Публичный доклад главы муниципального района за 2013 год: [okuvshinnikov.ru](http://okuvshinnikov.ru)
7. Сайт департамента труда и занятости Вологодской области: [www.depzan.info](http://www.depzan.info);
8. <http://farmer35.ru>

## Влияние особенностей инновационной экономики на процессы формирования газосланцевой индустрии

Шмагин Андрей Евгеньевич, аспирант

Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

В конце XX века в научной среде утвердилась точка зрения, что происходящие преобразования в мире обусловили формирование экономики нового типа — инновационной экономики. Её главной отличительной особенностью является использование информации и знаний в качестве ключевого экономического ресурса. Представляет интерес анализ воздействия особенностей инновационной экономики на процессы формирования газосланцевой индустрии с учетом резкого расширения добычи сланцевого газа.

К категории наукоёмкой относят продукцию, при производстве которой доля затрат на исследования и разработки в общих издержках или в объеме продаж составляет не менее 3,5%—4,5%. [1] Анализ затрат на исследования и разработки в общих издержках производства сланцевого газа можно ориентировочно провести на основании данных о составе капитальных затрат на его добычу. [2, pp. 15—16] По нашим оценкам, доля таких затрат составит около 20%, что дает основание относить сланцевый газ к наукоёмкой продукции.

**Особенности формирования спроса на сланцевый газ.** При анализе спроса на сланцевый газ мы должны учитывать ключевую особенность природного газа: в экономических отношениях природный газ может выступать и как товар, и как ресурс. В качестве товара природный

газ используется при его реализации домохозяйствам, а также в международной торговле с использованием газопроводов и в виде сжиженного природного газа (СПГ). Как ресурс газ применяется в энергетике, многих секторах промышленности. В экономической теории используются разные подходы к анализу спроса на товарном рынке и спроса на факторных рынках.

**Анализ спроса на сланцевый газ, как экономический ресурс.** Спрос на любой ресурс определяется взаимодействием трёх основных факторов:

- производительностью ресурса;
- ценами на товар, производимый с использованием ресурса;
- ценами на иные ресурсы.

*Производительность ресурса* и спрос на ресурс находятся в прямой зависимости: чем выше производительность ресурса, тем выше спрос на него. Поскольку нас интересует влияние инновационной составляющей на производительность именно сланцевого газа, то мы должны учитывать следующее: сланцевый газ и традиционный газ включаются в одно общее понятие «природный газ». Обусловлено это тем, что ключевые характеристики традиционного и сланцевого газа практически идентичны. Более того, при прокачке газа по газопроводам традиционный газ и сланцевый газ обычно смешиваются. В этой связи,

применительно к «сухому» газу, представляющему собой почти чистый метан без примесей тяжелых углеводородов, наличие значительной инновационной компоненты в сланцевом газе не влияет на его производительность.

Иное дело «жирный» газ, в котором присутствуют примеси этана, пропана, бутана и более тяжелых фракций. Применение инновационных технологий их сепарации, очистки и дальнейшей транспортировки способствует значительному повышению производительности сланцевого газа. В итоге мы вправе сделать вывод, что «жирный» сланцевый газ аккумулирует в себе передовые технологии. Это повышает его производительность и способствует росту спроса на данный вид сланцевого газа.

При анализе взаимосвязи *цен товаров, производимых с использованием сланцевого газа*, и спроса на сланцевый газ, мы должны руководствоваться общим правилом: чем выше цена на такие товары, тем выше спрос на сланцевый газ. Каким образом инновационный характер сланцевого газа может воздействовать на цены товаров, производимых с его использованием? На наш взгляд, при ответе на этот вопрос необходимо учитывать, что инновационное развитие экономики носит комплексный и последовательный характер. Научные, технологические, технические, организационные и др. инновации должны дополнять друг друга для обеспечения их коммерциализации. В этой связи, аккумулированные в сланцевом газе инновации дополняются параллельным совершенствованием товаров, выпущенных с использованием сланцевого газа. Поэтому изготовленная на базе сланцевого газа продукция также является наукоемкой: новые химические соединения, более чистые, с улучшенными экологическими характеристиками. Инновационная составляющая в таких товарах способствует повышению спроса на них. При прочих равных условиях (неизменном предложении, в частности) это приводит к увеличению цены товара. Но повышение цены товаров, в производстве которых использовался сланцевый газ, вызывает расширение спроса на сланцевый газ.

В ходе анализа зависимости спроса на сланцевый газ от *цен на иные ресурсы* следует учитывать два важных обстоятельства: во-первых, оказывать подобное влияние могут только ресурсы-заменители и дополняющие ресурсы; во-вторых, такую зависимость определяет взаимосвязь эффекта замещения и эффекта выпуска. Эффект замещения проявляется в том, что при понижении цены ресурса-заменителя спрос на другой ресурс понижается, поскольку дешевый заменитель становится более привлекательным. Обратная картина будет наблюдаться при повышении цены ресурса-заменителя. Суть эффекта выпуска заключается в том, что при снижении цены на ресурс у его потребителей появляется дополнительный доход, который можно использовать на расширение спроса, как на оцениваемый ресурс, так и на иные ресурсы.

Оценим сначала влияние цен ресурсов-заменителей на динамику спроса на сланцевый газ. В электроэнергетике, коммунальном хозяйстве и отдельных энергоемких

секторах промышленности, где газ используется в виде топлива, он может быть заменен другими источниками энергии — дровами, углем, нефтепродуктами, биоресурсами. В этих условиях эффект замещения при изменении цен на ресурсы-заменители будет отчетливо проявляться.

Оценим теперь действие эффекта выпуска. В общем случае наблюдаются два варианта эффекта выпуска — прямой и обратный. Если цена на сланцевый газ понизится, то полученный потребителями газа от этого дополнительный доход может быть использован потребителями в двух направлениях:

а) На приобретение дополнительных объемов газа для производственных нужд — в таком случае наблюдается прямой эффект выпуска. Он действует в одном направлении с эффектом замещения, в результате чего спрос на газ возрастает.

б) На покупку дополнительных объемов ресурсов-заменителей — это проявление обратного эффекта выпуска. Обратный эффект выпуска и эффект замещения действуют в противоположных направлениях, поэтому возникновение обратного эффекта выпуска приведет к снижению спроса на газ.

Результирующее изменение спроса на сланцевый газ будет при этом определяться суммарным воздействием эффекта дохода и эффекта выпуска.

Что касается энергоемких секторов, в которых газ используется как сырье для производства конечной продукции (нефтехимический, производства азотных удобрений, производства пластмасс и резины, выпуска иных основных органических химических веществ), то в таких производствах газ служит ключевой компонентой. При использовании сланцевого газа на этом направлении имеются достаточно ограниченные возможности его замены в производственных процессах альтернативными ресурсами. Это означает, что эффект замещения будет проявляться слабо и не приведет к ощутимым изменениям спроса на сланцевый газ. Эффект же выпуска, как прямой, так и обратный, безусловно, возникнет.

Остановимся теперь на роли дополняющих ресурсов в изменениях спроса на сланцевый газ. Очевидно, что в производственных процессах, где в качестве сырья выступает природный газ, используется широкий набор дополняющих ресурсов, прежде всего, капитального оборудования и труда. Не вдаваясь в подробный анализ таких дополняющих ресурсов, отметим, что и применительно к сланцевому газу справедливо общее правило: повышение (снижение) цен на дополняющие ресурсы приводит к уменьшению (расширению) спроса на сланцевый газ.

**Анализ спроса на сланцевый газ, как товар.** Как товар газ предлагается домохозяйствам, а также покупателям на внешних рынках.

Рассмотрим сначала сектор домохозяйств. Как указывалось ранее, сланцевый газ поступает в общую сеть газораспределительных станций, где смешивается с традиционным газом и продается затем домохозяйствам. Иными словами, для домохозяйств безразлично техническое про-

исхождение газа, имеется ли в нем инновационная составляющая или таковая отсутствует. В этой связи, на наш взгляд, наукоемкая компонента сланцевого газа не будет являться значимым фактором формирования спроса на сланцевый газ со стороны домохозяйств.

Возможность поставки природного газа в виде товара на экспорт явилось одним из главных результатов инновационного развития добычи сланцевого газа в США. Поскольку в условиях США природный газ может поставляться на экспорт только в форме сжиженного природного газа (СПГ), то используемые в процессе сжижения газа передовые технологии еще более повышают инновационную составляющую СПГ. Какие факторы могут изменить спрос на СПГ? Согласно теории формирования спроса на рынке отдельного товара, к основным факторам следует относить:

— *Доходы потребителей.* СПГ в значимых объемах (свыше 1 млрд. м.<sup>3</sup>) покупает двадцать одна достаточно развитая страна. Сжиженный *сланцевый* газ в ближайшие годы могут поставлять только США, при этом потребителями этого СПГ будет то же самое ограниченное количество стран. Это дает основание полагать, что снижение доходов крупных потребителей СПГ может привести к снижению спроса на сжиженный природный газ.

— *Инфляционные и инновационные ожидания.* Предполагаемое снижение покупательной способности национальной валюты вследствие инфляции обычно приводит к снижению деловой активности и должно сопровождаться сжатием спроса на сжиженный природный газ. Инновационные ожидания могут быть связаны с прогнозируемыми прорывами в энергосбережении, использовании возможностей возобновляемых источников энергии. Это, безусловно, приведет к снижению спроса на СПГ.

— *Цены на взаимосвязанные товары.* К таким товарам относят товары-заменители и дополняющие товары. Строго говоря, заменить сжиженный природный газ, как товар, может в основном только газ. В отдельных случаях альтернативой могут служить другие углеводороды. По общему правилу, снижение цен на товар-заменитель (например, газ, поставляемый по трубопроводам в страны, закупающие СПГ) должно повлечь снижение спроса на СПГ. Товаром-заменителем сжиженному природному газу является также биогаз, получаемый водородным или метановым брожением биомассы. В долгосрочном периоде заменителем СПГ послужит сланцевый газ, который могут добывать страны со значительными запасами технически извлекаемых ресурсов сланцевого газа, которые в настоящее время импортируют СПГ — Франция, Испания, Великобритания, Аргентина.

При исследовании взаимосвязи цен товаров-заменителей и спроса на сланцевый газ необходимо также учитывать влияние эффекта замещения и эффекта дохода (аналог эффекту выпуска на ресурсном рынке). Несмотря на ограниченный перечень товаров, способных заменить природный газ, все же любая более дешевая альтернатива

приобретаемому газу будет за счет эффекта замещения снижать спрос на сланцевый газ. Что касается эффекта дохода, то он также может иметь два проявления — прямой эффект дохода и обратный эффект дохода. Если произойдет снижение цены СПГ, то возникновение прямого эффекта дохода очевидно: лишний доход покупателя направят на дополнительные закупки газа для своих нужд. Это повлечет увеличение спроса на СПГ. Проявление обратного эффекта дохода также вполне вероятно, поскольку дополнительный доход может быть направлен на приобретение иных товаров. В этом случае эффекты замещения и дохода действуют в противоположных направлениях, что способствует снижению спроса на сжиженный природный газ.

— *Вкусы потребителей.* На наш взгляд, применительно к сжиженному природному газу этот фактор будет проявляться в преобладающем желании многих стран снизить загрязнение окружающей среды и повысить качество жизни населения. Стремление достичь целей улучшения среды обитания будет приводить к расширению спроса на СПГ.

К товарам, *дополняющим сжиженный природный газ*, следует, на наш взгляд, относить оборудование для сжижения газа, морские суда для доставки СПГ, оборудование для регазации СПГ. Очевидно, что повышение цен на них по общему правилу приведет к падению цен на СПГ.

Итак, мы раскрыли роль различных факторов в формировании спроса на сжиженный природный газ.

Наукоемкая основа сланцевого газа служит дополнительным фактором, определяющим динамику и эластичность его спроса. Это заключение обосновывается несколькими аргументами:

1. Насыщение сланцевого газа наукоемкой компонентой позволило США значительно увеличить добычу природного газа, что способствовало вытеснению угля и нефти с ресурсного рынка страны. Иными словами, это привело к сужению ниши альтернативных ресурсов, как заменителей природного газа, что повлекло понижение эластичности спроса на газ.

2. Инновационный характер сжиженного природного газа, производство которого стало целесообразным в США только вследствие расширения добычи сланцевого газа, способствует превращению его на рынках импортеров в товар первой необходимости. По общим правилам, товары первой необходимости отличаются низкой эластичностью спроса по цене.

3. По общему правилу, продукция, расходы на которую составляют значительную часть бюджета хозяйствующего субъекта, имеют значительную эластичность спроса по цене. Расширение же добычи сланцевого газа, насыщенного инновационной компонентой, привело к резкому падению цены газа в США. Но дешевая продукция всегда имеет низкую эластичность спроса по цене.

4. Обычно эластичность спроса по цене, как на ресурсы, так и на товары выше в долгосрочном периоде,

чем в краткосрочном периоде. Однако наукоемкий характер сланцевого газа приводит к тому, что его добыча и переработка непрерывно насыщаются все новыми инновациями (наиболее перспективные будут представлены чуть ниже). В этих условиях границы между краткосрочным и долгосрочным периодом размываются, и с течением времени эластичность спроса на газ может не повыситься.

5. Повышению эластичности спроса по цене способствует дифференциация товаров (ресурсов). Однако насыщение сланцевого газа инновациями превратило его в уникальный ресурс и товар, который сложно дифференцировать. Это также способствует невысокой эластичности спроса по цене на рынке сланцевого газа.

**Особенности формирования предложения сланцевого газа.** Как мы установили, сланцевый газ может быть отнесен к категории наукоемкой продукции, поскольку существенную долю в его себестоимости занимают затраты на интеллектуальные ресурсы — информацию и знания. Ключевой особенностью таких ресурсов является возможность их использования в производственных процессах за определенный промежуток времени неограниченное количество раз. Эта и иные особенности влияют на деятельность фирм, выпускающих наукоемкую продукцию, и видоизменяет отдельные теоретические подходы к анализу предложения такой продукции.

Так, теоретически главной целью функционирования фирмы является максимизация прибыли, при этом эффективность производства оценивается с помощью относительных показателей рентабельности. Базовые показатели рентабельности соотносят чистую прибыль предприятия с величиной его суммарных активов. Но пока не отработаны методы, позволяющие корректно оценивать в бухгалтерской отчетности объемы использованных интеллектуальных ресурсов. Поэтому, с нашей точки зрения, главным принципом деятельности фирм, выпускающих наукоемкую продукцию, становится не максимизация прибыли, а максимизация рыночной стоимости (капитализации) компании.

Способность фирм к непрерывному внедрению инноваций приводит к размыванию границ между краткосрочным и долгосрочным периодом. Это обусловлено тем, что отдельные знания, защищенные гарантиями исключи-

тельных прав, образуют постоянные ресурсы фирмы (наряду с капитальными ресурсами). Но поскольку знания являются неограниченным ресурсом, то путем введения дополнительных единиц переменных факторов (прежде всего, труда) фирма в состоянии расширить выпуск до сколь угодно больших объемов. Рыночным ограничителем производимой продукции может стать недоступность вовлечения дополнительных единиц иных ресурсов и предельные объемы спроса на продукцию. На наш взгляд, данный вывод позволяет понять взрывной характер роста добычи сланцевого газа в США.

Возможность неограниченного использования интеллектуальных ресурсов в добыче сланцевого газа обуславливает и определенную трансформацию издержек производства. Как нам представляется, производственный цикл извлечения сланцевого газа условно содержит три фазы: сначала компания вкладывает значительные суммы на разработку или приобретение необходимой инновации. Вторую фазу, в ходе которой происходит внедрение новшеств, также характеризуют высокие затраты. Наконец, на третьей фазе осуществляется расширенная добыча сланцевого газа, когда затраты определяются только вовлечением дополнительных единиц переменных ресурсов. В этих условиях средние издержки (на выпуск единицы продукции) практически не меняются на значительном диапазоне выпуска продукции.

Более того, последовательное внедрение инноваций в добычу сланцевого газа путем реализации представленных выше трех фаз должно приводить к последовательному снижению средних суммарных издержек (на единицу продукции). Иными словами, в отличие от традиционного производства, для которого кривая средних суммарных издержек в долгосрочном периоде имеет U-образную форму, в наукоемком производстве эта кривая не имеет точки минимума, и на значительном интервале выпуска продукции издержки на единицу продукции остаются неизменными либо медленно понижаются.

Итак, проведенный анализ влияния особенностей инновационной экономики на процессы формирования газосланцевой индустрии позволил выявить, каким образом инновационный характер сланцевого газа видоизменяет его спрос и предложение, что способствует дальнейшим исследованиям специфики функционирования рынка газа.

#### Литература:

1. Складенко, Р.П. Что такое наукоемкий рынок? Режим доступа: <http://xreferat.ru/113/3723-1-cto-takoe-naukoemkiy-rynok.html>
2. The Economic and Employment Contributions of Shale Gas in the United States. Режим доступа: <http://www.anga.us/media/press/CA5CB12A-FAD6-EF9A-5E8917D1B06C7102/files/shale-gas-economic-impact-dec-2011.pdf>
3. М. Баранов. Сланцевая революция: США меняют мировую экономику. Режим доступа: [http://polit.ru/article/2013/12/11/shale\\_gas/](http://polit.ru/article/2013/12/11/shale_gas/)



## Структурно-логическая схема проведения стратегического анализа на предприятии

Щекотихина Елена Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент  
Ростовский государственный строительный университет

В последнее время все больше ученых и практиков обращаются к проблемам развития методологии и методики стратегического учета и анализа как информационного источника принятия стратегических управленческих решений, обоснования разработки и реализации стратегии развития, стратегического выбора в условиях многовариантности решений и альтернатив развития.

Необходимость и актуальность совершенствования теоретических и организационно-методических положений стратегического анализа связаны с развитием стратегического учета, учетно-аналитических аспектов разработки и реализации стратегии, информационного обеспечения поддержки принятия стратегических решений.

Проблемам стратегического анализа в последнее время стало уделяться все больше внимания.

Критический мониторинг трактовок стратегического анализа зарубежными исследователями позволил выделить следующие направления раскрытия сущности стратегического анализа и его места в системе стратегического управления:

- И. Ансофф: отождествление процессов стратегического анализа и формулирования стратегии;
- Д. Хасби: стратегический анализ как средство оценки и контроля за реализацией стратегического плана;
- Д. Хасси: аналитические процедуры при формулировании, оценке и реализации стратегических альтернатив;
- Ф.Р. Дэвид: аналитические процедуры определения параметров компании и стратегии развития компании;
- А. Томпсон, А. Стрикленд: аналитическое обоснование стратегического выбора;
- К. Уорд: средство принятия стратегических управленческих решений и т. п.

Разнообразие формулировок сущности и предметной области стратегического анализа является неизбежным, так как сущность и тем более предмет всегда шире, чем самые подробные их определения, и ни одно из них не может быть исчерпывающим. В свою очередь, обобщая различные точки зрения ученых, можно сделать вывод, что на современном этапе стратегический анализ представляет собой системный и комплексный процесс исследования различных областей функционирования хозяйствующих субъектов с целью оценки их социально-экономической эффективности и выработки надлежащих релевантных стратегических решений, повышающих конкурентоспособность организации. Стратегический анализ является аналитической системой информационного обоснования разработки, реализации и корректировки стратегии, оценки ее эффективности.

Предметом стратегического анализа следует считать стратегические решения, определяющие социально-экономическую эффективность и будущую стоимость организации под воздействием внешних и внутренних факторов, находящих отражение через систему экономической информации.

Анализ работ отечественных и зарубежных авторов в области стратегии, стратегического учета и анализа показал, в последнее время стратегический учет получил распространение во многих отраслях, сферах и областях экономики: промышленность, дорожное строительство, водный транспорт, связь, потребительская кооперация, сельское хозяйство, ипотечные корпорации и агентства, финансовые и инвестиционные компании и др.

Отправной точкой исследования эффективных вариантов организации и проведения стратегического анализа на предприятиях явилась разработка и теоретическое обоснование структурно-логической схемы проектирования и проведения стратегического анализа.

Обоснование логики проведения стратегического анализа необходимо проводить с учетом основополагающих факторов его постановки в организациях, обеспечивающих практическую реализацию аналитического процесса:

- 1) организационное обоснование — организационное обеспечение стратегического анализа;
- 2) информационное обоснование — информационное обеспечение стратегического анализа;
- 3) методологическое обоснование — методологическое обеспечение стратегического анализа;
- 4) методическое обоснование — методическое обеспечение стратегического анализа;
- 5) программно-техническое обоснование — программно-техническое обеспечение стратегического анализа.

Выделение и реализация главных компонентов в разрезе указанных основополагающих факторов позволит создать основу разработки практических положений процессов стратегического анализа на предприятиях.

Логическое обоснование организации и проведения стратегического анализа ставит вопрос об эффективности проводимых расчетно-аналитических процедур с точки зрения организационного, информационного, методологического, методического и программно-технического обеспечения стратегического анализа.

Организационное обоснование стратегического анализа предполагает определение роли и места анализа в системе стратегического управления, порядка, сроков, периодичности проведения и представления результатов, исполнителей (субъектов анализа), пользователей результатов.



Информационное обоснование стратегического анализа реализуется в виде информационного сопровождения и обеспечения расчетно-аналитических процедур как комплекса информационных технологий, функционирующий на базе использования принципов архитектуры, применяемых при создании информационных систем и обеспечивающих:

- гибкость информационной системы;
- эффективные способы информационного сопровождения бизнеса;
- адаптивность архитектуры информационной системы;
- устранение зависимости от технологии обработки информации;
- стандартизацию обработки информации;
- использование программ системной интеграции;
- отражение изменяющихся условий и требований внешней среды;
- системное архитектурное построение плана счетов;
- использование инжиниринговых бухгалтерских и аналитических инструментов;
- интеграцию объектов стратегического анализа;
- предметно-ориентированный анализ объектов микро- и макроокружения;
- функционирование интегрированных информационных систем, в частности, интегрированной системы стратегического учета;
- интеграцию в план счетов компьютерных программ, адекватно решающих задачи стратегического управления;
- использование сетевых информационных возможностей и преимуществ;
- управление изменениями в различных ситуациях;
- стратегическое управление ресурсным потенциалом;
- эффективное использование информационных ресурсов;
- получение релевантной количественной и качественной информации;
- аккумулярование и группировку информации в условиях риска и неопределенности;
- принятие решений в условиях риска и неопределенности.

Методологическое обоснование стратегического анализа предполагает выбор основных направлений и способов получения, обработки и интерпретации данных, как общих, так и специфичных с учетом специфичности предметной области исследования функционирования организаций во внешней деловой среде.

Методическое обоснование стратегического анализа предполагает разработку, обоснование и использование соответствующих методик анализа, алгоритмов реализации расчетно-аналитических процедур, процессов стратегического анализа, решения вопросов подготовки и оформления результатов анализа, выбора базовых показателей анализа.

Программно-техническое обоснование стратегического анализа предполагает использование современных инфор-

мационных систем и технологий: объектно-ориентированного подхода, сетевого характера, стратегических информационных технологий, интегрированных стратегических приложений, инжиниринговых компьютерных программ.

С учетом указанных положений концептуальная модель проектирования и проведения стратегического анализа представлена комплексом определяющих факторов:

- организационное обеспечение;
- информационное обеспечение;
- методологическое обеспечение;
- методическое обеспечение;
- программно-техническое обеспечение.

В рамках каждого из представленных факторов выделены главные компоненты обоснования логики организации и проведения стратегического экономического анализа.

Роль и место стратегического анализа в системе стратегического управления определены требованиями информационное обоснование разработки и реализации стратегии, оценки эффективности стратегии, принятия стратегических решений.

Интегрированная информационная система стратегического учета и анализа направлена на качественное информационное обеспечение процесса стратегического управления организацией.

По результатам стратегического анализа принимаются управленческие решения, направленные на:

- достижение поставленных стратегических целей и задач в деятельности организации;
- укрепление существующей конкурентной позиции и дальнейшее развитие конкурентных преимуществ организации;
- достижение высоких финансовых результатов деятельности и максимизацию прибыли;
- обеспечение прироста собственности и наращивание ресурсного потенциала организации;
- обеспечение динамичного развития и экономического роста в течение длительного периода.

Стратегический анализ играет решающую роль в разработке и реализации стратегии развития организации, ее корректировке и оценке результатов осуществления.

Определение роли и места стратегического анализа в системе стратегического управления позволило предложить авторское определение стратегического анализа как аналитической системы информационного обоснования разработки, реализации и корректировки стратегии, оценки ее эффективности, функционально направленной на принятие стратегических решений.

Стратегический анализ предусматривает реализацию расчетно-аналитических процедур поиска, оценки и отбора стратегических альтернатив с определением результатов реализации и оценкой эффективности принятой стратегии, и присутствует на всех этапах стратегического управления организацией.

Организационный механизм стратегического анализа включает порядок, сроки, периодичность проведения

и представления получаемых результатов. Указанные вопросы решаются каждой организацией самостоятельно исходя из ее особенностей, информационных потребностей, уровня квалификации исполнителей и др.

В качестве базовых принципов стратегического анализа можно выделить: объективность, целостность, структуризация, полнота, всесторонность, целенаправленность, системность, комплексность, своевременность, согласованность, действенность.

В ходе проведения экономического и финансового анализа компании обычно ограничиваются требованиями системности и комплексности подходов к исследованию отдельного объекта. Для стратегического аспекта анализа необходимо расширение уже установленных рамок; в данном случае речь может идти о межсистемном и всеохватном анализе. И это не искусственное расширение границ анализа. Такой подход продиктован исследованием компании в реальном окружении [1].

Исполнителями, т.е. субъектами стратегического анализа, может быть управленческий персонал различного уровня: аналитики, экономисты, менеджеры, специалисты управления развитием бизнеса, маркетингологи и т. п.

Заинтересованными пользователями результатов стратегического анализа выступают собственники и руководство организации, менеджмент организации, совет директоров, акционеры, антикризисные управляющие.

Информационное обеспечение стратегического анализа предполагает:

1) организацию эффективного информационного сопровождения передачи данных от носителя к потребителю, выбор и использование источников получения информации, прежде всего, внешнего характера;

2) формирование информационной базы анализа.

Развитая система информационного обеспечения стратегического анализа включает в себя различные способы и источники информационного сопровождения, посредством которого необходимая информация передается от носителя к потребителю в целях сокращения информационного голода и создания единого информационного пространства: внедрение информационных технологий для расширения рынков сбыта продукции, привлечения инвестиций, поиска инновационных проектов и направлений стратегической активности и т. п.

Методологическое обеспечение стратегического анализа представлено способами, методами и моделями получения, обработки и интерпретации информации с учетом специфичности предметной стороны стратегического анализа.

Методы стратегического анализа являются формой объективных явлений и приемов и представ-

ленных в рамках концептуальных подходов в качестве целевых установок [1].

Выбор методов стратегического анализа осуществляется в соответствии с требованиями внешней среды организаций и информационными потребностями стратегического управления, вследствие чего в качестве базовых предлагаются методы многофакторного и многовариантного анализа, позволяющие смоделировать различные варианты состояния функционирования организации под воздействием внешних факторов, обеспечить обоснованный стратегический выбор из ряда альтернативных вариантов.

Используемый инструментарий стратегического анализа достаточно широк и включает также анализ ключевых факторов успеха, ключевых возможностей и компетенций, анализ организационной культуры, групп интересов, разработку сценариев, кривую опыта и т. п.

Методическое обеспечение стратегического анализа предполагает:

— алгоритмизацию расчетно-аналитических процедур и процессов как последовательность обработки информации и получения итоговых данных в виде начального оператора, ряда шагов (итераций), конечного оператора;

— разработку и практическую реализацию методики стратегического анализа как автоматизированного комплекса расчетно-аналитических процедур и процессов по выбранным направлениям и объектам стратегического анализа;

— подготовку и оформление результатов анализа в виде стратегического отчета;

— выбор в качестве базовых показателей индикаторов стратегического успеха — показателей собственности — агрегированного показателя чистых активов и дезагрегированного показателя чистых пассивов в адекватных оценках.

Программно-техническое обеспечение стратегического анализа предполагает использование:

— интегрированных стратегических приложений: информационных систем управления бизнесом, ресурсным потенциалом, экспертных систем, систем поддержки принятия решений;

— автоматизированных методик по направлениям стратегического анализа;

— авторских инжиниринговых компьютерных программ, построенных на базе использования инжиниринговых подходов и процедур.

В результате разработана структурно-логическая схема проектирования и проведения стратегического анализа, определяющая базовые компоненты организационного, информационного, методологического, методического и программно-технического обеспечения данного вида анализа.

#### Литература:

1. Хорин, А.Н. Стратегический анализ: учебное пособие / А.Н. Хорин, В.Э. Керимов. — М.: Эксмо, 2009. — 480 с.

2. Щекотихина, Е. А. Стратегический анализ конкурентов организации/Интернет-журнал Науковедение. 2012. №4 (13). с. 239.

## Интеграция в валютный союз на примере ЕврАзЭС

Щербаков Михаил Александрович, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В развитии интеграционных процессов в рамках ЕврАзЭС важная роль принадлежит интеграции в финансовой сфере. Многие трудности на пути сотрудничества в рамках ЕврАзЭС связаны именно с неразвитостью его финансовой составляющей, опосредующей по существу все формы взаимных экономических связей.

Валютное взаимодействие призвано стать важнейшим фактором развития интеграционных процессов на постсоветском пространстве, так как при обращении единой валюты странами будут достигнуты примерно одинаковые уровни развития экономик и будет проводиться единая экономическая политика. Однако в настоящее время валютное сотрудничество стран СНГ сталкивается с проблемой зависимости от процессов, происходящих в мировой экономике, национальных хозяйствах стран Содружества и их экономическом и валютном взаимодействии. В результате анализа последствий мирового финансового кризиса 2008 года автором была отмечена тенденция возрастания роли России в качестве геополитической силы, объединяющей заинтересованные страны и обеспечивающей их взаимовыгодное сотрудничество на основе общности стратегических национальных интересов на перспективу.

При оценке перспектив валютного взаимодействия стран ЕврАзЭС прежде всего необходимо учитывать последствия глобального кризиса. Страны Содружества в разной степени участвуют в мировой финансовой системе, в операциях мирового финансового рынка, который представляет собой взаимосвязанную совокупность валютных, кредитных, фондовых и страховых рынков [2, с. 30]. Не обладая развитыми финансовыми системами, страны ЕврАзЭС очень уязвимы к негативным событиям на мировом рынке, зависят от процессов, происходящих в развитых странах и их региональных группировках, определяющих состояние и перспективы мировых финансов и мирохозяйственных связей. Поэтому принципиальные изменения в мировой финансовой сфере напрямую затрагивают интересы стран ЕврАзЭС. Валютное взаимодействие стран постсоветского пространства является одним из основных факторов модернизации их экономик, поскольку опосредствует привлечение необходимых для этого финансовых ресурсов.

Важнейшей задачей интеграционных процессов в ЕврАзЭС и СНГ является создание крупных финансовых компаний, банков, валютных и фондовых бирж. В част-

ности, интеграционные группировки на постсоветском пространстве должны иметь собственные сильные банки с широким набором функций, ориентированные, в первую очередь, на развитие интеграционных процессов и способные финансово их поддерживать. В настоящее время на территории ЕврАзЭС действует Межгосударственный банк, учрежденный 1993 году десятью государствами СНГ. Анализируя деятельность Банка, необходимо сформулировать основные цели его создания — обслуживание интеграционных связей, сопровождение внешнеторговых операций, развитие расчетов в национальных валютах.

В результате успешного функционирования Межгосударственного банка в качестве «интеграционного банка» ЕврАзЭС и СНГ повысится заинтересованность стран в углублении экономической и валютной интеграции, что приведет к росту авторитета ЕврАзЭС и СНГ на международной арене и будет содействовать усилению взаимодействия тех государств, показывающих невысокую активность во взаимоотношениях.

Для того чтобы Межгосударственный банк имел наибольшее влияние на территории Сообщества, он должен выполнять активные операции. Наиболее рациональным, по мнению автора, является наделение банка функцией кредитования субъектов, экономическая деятельность которых связана со всеми странами — участницами Сообщества. Согласно статистическим данным за 2012 год, фактический объем рынка предоставляемых кредитных ресурсов в странах ЕврАзЭС был оценен на уровне 115,04 млрд долларов. Просроченная задолженность по банковским ссудам в ЕврАзЭС за этот период составила примерно 13,09 млрд долларов. Для более эффективного распределения и использования кредитных ресурсов необходимо централизовать мониторинг рынков и строить политику кредитования юридических и физических лиц в строгом соответствии с общей финансовой политикой всего сообщества. Данная политика должна учитывать не только потребности отдельных отраслей экономики, но и создаваться в соответствии с выбранными приоритетами политики поддержки малорентабельных, но социально — значимых направлений.

Изучая опыт функционирования Европейского центрального банка, логично предположить, что для достижения вышеперечисленных целей целесообразно создавать банковские союзы или ассоциации, которые будут сотрудничать с Межгосбанком и следовать их политике. Данные

объединения должны представлять собой кредитные учреждения всего сообщества, объединенные едиными целями, стратегиями и задачами в информационную сеть. Пользование услугами банковских союзов должно стать максимально выгодно и доступно. Например, если по «кредитной сети» связаны банки Казахстана и Таджикистана, предприниматели обеих республик должны иметь возможность получения кредита для ведения деятельности как на территории Казахстана, так и в Таджикистане по одинаковым ставкам и на максимально равных условиях. Погашение кредитов должно также предполагать возможность возвращения средств в любом государстве сообщества, в банках, которые входят в единый банковский союз ЕврАзЭС.

Принимая во внимание опыт ЕС, интегрирующимся странам следует начать разработку согласованной валютной стратегии. Финансовой основой интеграционных процессов в ЕС служат многочисленные совместные фонды. В странах ЕврАзЭС их нет, кроме общего бюджета, используемого главным образом на содержание его органов управления. Стратегическая цель ЕС — достижение высшей стадии экономической интеграции и превращение его в единый валютно-экономический и политический союз — фактически достигнута. Напротив, основополагающий документ СНГ — Устав — не ставит перед государствами — участниками задач в достижении общей конечной цели, не налагает на государства обязанностей, а лишь фиксирует их готовность сотрудничать. Для Содружества характерно выборочное участие государств в тех или иных сферах многостороннего взаимодействия, т. е. только в формате заинтересованных сторон. Страны ЕврАзЭС зачастую направляют усилия на развитие экономических связей каждой страны за пределами Содружества, не координируя свои действия с другими членами ЕврАзЭС. Тем не менее, страны — участницы могут использовать опыт ЕС в целях создания единого валютного и финансового пространства, расширения использования национальных валют в рамках интегрированного валютного рынка, внедрения единой платежной системы. Это позволит активизировать взаимную торговлю и создать предпосылки для дальнейшей экономической интеграции. Однако опыт европейской интеграции должен быть не поводом для механического подражания, а стимулом для развития собственных решений в этой области, применимых для постсоветского пространства [1].

Первый вывод, который позволяет сделать изучение опыта Евросоюза, заключается в том, что интеграция предполагает формирование единых рынков экономических ресурсов, прежде всего рынка капиталов. В современных условиях финансовые институты даже крупных стран нуждаются в более широких финансовых рынках, чем это возможно в рамках одного государства. Иначе их банки, биржи и финансовые компании не могут достичь максимальной эффективности, расширить круг клиентов и получить доступ к значительным финансовым ресурсам

Что касается единой валюты, Д. А. Медведев на встрече с министрами финансов стран СНГ в 2009 году заявил,

что необходимо радикально менять систему мировых резервных валют и уже в ближайшем будущем поднимать тему создания новой наднациональной валюты.

Несмотря на наличие внутренних и внешних предпосылок, обусловленных общностью экономического развития и способствующих развитию интеграционных процессов в валютно-финансовой сфере, их протекание на пространстве ЕврАзЭС тормозится отсутствием четко поставленных целей валютной интеграции и недостаточной проработанностью мероприятий для их достижения. Низкая интенсивность взаимодействия в валютно-финансовой сфере, незрелость торгово-экономических и институциональных структур большинства государств ЕврАзЭС, слабо приспособленных для реального интеграционного сотрудничества в рыночных условиях, нарушение основных закономерностей валютной интеграции препятствуют эффективному сотрудничеству стран сообщества [3, с. 84].

Практически во всех странах сложились полноценные национальные денежные системы, проводится независимая денежно-кредитная политика. Не стоит игнорировать и тот фактор, что национальная валюта многими воспринимается как символ независимости государства. Несмотря на заметные сдвиги в интеграционных процессах в рамках стран ЕврАзЭС, существуют разногласия между национальным суверенитетом и попытками наднационального регулирования валютно-кредитных отношений. Фактически, для стран ЕврАзЭС на современном этапе характерна форма валютной интеграции, выражающаяся во взаимодействии при проведении взаимных платежей и расчетов. Хотя следует признать, что она, как правило, используется странами, которые имеют относительно слабые валюты и нехватку валютных резервов, поэтому представляется целесообразным обеспечить взаимную конвертируемость национальных валют текущим операциям. Данное положение также является более удобным для всего сообщества до момента, когда полностью не будет окончена подготовительная работа по реализации валютно-финансовой интеграции стран-участниц ЕврАзЭС. Однако подобная ситуация должна оставаться актуальной столько времени, сколько необходимо для создания хорошо продуманной системы взаимных котировок и в перспективе валютного союза. Для этого необходимо решить проблему прямой неконвертируемости национальных валютных единиц, также определить цели и задачи, решение которых приведет к взаимной конвертируемости национальных валют по текущим операциям и созданию в итоге валютного союза.

Прежде всего, это, безусловно, стабильность национальных экономик и развитый производственный сектор. Преждевременно рассматривать вопросы о валютно-финансовой интеграции до тех пор, пока национальные валюты не будут подкреплены реальным сектором экономики.

Также, стоит отметить, что устойчивость национальных валют и уровень инфляции в странах ЕврАзЭС остается различным. Странам необходимо иметь приблизительно

один уровень инфляции для того, чтобы иметь возможность проводить согласованную денежную политику.

Участники торговых отношений должны быть уверены в благоприятном режиме для себя и альтернативе получения выручки от контрагента страны-участницы сообщества в валюте любой из стран-участниц. Для этого необходимо свободное конвертирование национальных валют друг в друга, к которому нужно переходить посредством параллельного применения двусторонних и многосторонних котировок с постепенным переходом к последнему.

В связи с этим, на территории Евразийского сообщества необходимо наличие центра, координирующего процедуры выплат и расчетов, а также выступающим модератором в случае долгов, задержек, споров по расчетным обязательствам.

На основе анализа функционирования институтов формирования согласованной валютной политики в структуре ЕврАзЭС, можно сформулировать некоторые рекоменда-

ции с целью усовершенствования институционально структуры ЕврАзЭС и интеграционных процессов в целом, исходя существующих хозяйственных связей, уровня интеграции, политической и экономической ситуации в странах — членах ЕврАзЭС:

ЕврАзЭС достигли достаточного уровня конкурентоспособности экономики, поэтому стоит осуществлять их поддержку. Создание единого таможенного пространства принесет выгоду всем странам, но эта выгода будет распространяться неравномерно. Наибольший положительный эффект получают страны с наиболее конкурентной экономикой. Заинтересованность менее конкурентоспособных стран следует поддерживать за счет проведения компенсационных политик, например, региональной или промышленной. Управление такими политиками следует осуществлять на наднациональном уровне, наделив соответствующими полномочиями управляющий орган, например Комиссию Таможенного союза.

#### Литература:

1. Вардомский, Л. Регионализация постсоветского пространства: факторы, особенности, тенденции. Научный доклад. Институт экономики РАН. М: 2008 г.
2. Любский, М.С. Перспективы валютного взаимодействия стран СНГ//Российский внешнеэкономический вестник. — 2011. — № 10. с. 26—41.
3. Малышев, Д.В. От таможенного союза и единого экономического пространства к Евразийскому союзу. // Вестник московского университета. — 2012. № 1. с. 74—93.

## Состояние инвестиционной привлекательности Российской Федерации в условиях санкций

Энс Любовь Николаевна, студент

Московская академия экономики и права, Калмыцкий филиал (г. Элиста)

Планирование экономической политики без привлечения инвестиций будет неполным, так как инвестиции играют важную роль в экономике страны, участвуют в поддержке, функционировании и развитии экономики государства. Они способствуют накоплению материальных и финансовых ресурсов, этим увеличивают производственный потенциал страны. При этом всякое инвестирование должно быть эффективным. Неэффективное применение инвестиций может создать обстоятельства для застоя в экономике. Развитие инвестиционной деятельности способствует созданию новых рабочих мест, расширению занятости и сокращению безработицы, но этот процесс не безграничен, стоит перейти некий порог оптимальности и можно получить инфляцию.

Прямые капиталовложения в промышленность приносят не только материальные блага, но и зачастую капитал в виде иностранных специалистов, приобретение новых инновационных технологий, которые влекут

за собой снижение затрат трудовых и материальных ресурсов, и т.д.

Но, как и во всей экономике существует девиз — «За всё нужно платить», так и кроме положительных сторон есть ряд последствий в виде обязательств, которые перетекают в различные виды зависимости страны.

Соответственно для страны, в которую инвестируются средства, может принести не всегда положительные последствия. Если посмотреть на выгоды страны-инвестора, вкладывающей средства в РФ необходимо отметить их в виде:

- высокого процента прибыли, поройкратно превышающего прибыль в странах с крепкой рыночной экономикой.
- отсутствия «серьезной» конкуренции со стороны местных предпринимателей.
- дешевого сырья.

Помимо санкций присутствует еще ряд проблем в этом секторе в виде отсутствия льгот и привлечений для ино-



странного капитала, нестабильная политическая и экономическая ситуация.

Основными сдерживающими факторами для роста прямых иностранных инвестиций выступают [1]:

1. сырьевая зависимость экономики страны;
2. неблагоприятный инвестиционный климат в стране;
3. высокий уровень коррупции;
4. недостаточная эффективность проводимой денежно-кредитной политики;
5. неопределенность правовой системы и многие другие.

Для того чтобы в нашу страну было выгодно вкладывать средства, необходимо на законодательном уровне дать гарантии инвесторам в виде льгот и привилегий, таких как налоговые послабления, понижение таможенных пошлин, нормализовать порядок с постоянно меняющимися нормативными документами, что является еще одним фактором опасения вкладывания средств в нашу экономику.

По данным Росстата иностранные инвестиции в Россию за девять месяцев 2013 года увеличились на 15,7%. Однако на фоне их провала за тот же период 2012 года на 14,4%, такой результат нельзя назвать положительным [http://www.investmentrussia.ru/teoriya-investirovaniya/investicii-v-rossiyu-v-2014.html].

Инвестиционная привлекательность РФ снижается с каждым годом. Об этом свидетельствует сокращение доли реинвестированных прямых капиталовложений. К тому же, большая часть инвестиций из-за границы приходится на поступления из офшоров, которые вряд ли можно назвать «иностранными» в общепринятом понимании этого слова.

Наибольший удельный вес в накопленном иностранном капитале (66,3%) составили «прочие инвестиции». А говоря понятным всем языком — кредиты и займы на сумму почти 380 миллиардов долларов. Меньше трети вложений из-за границы пришлось на прямые инвестиции, и совсем уж «крохи» достались инвестициям портфельным.

Лидером по привлечению российских инвестиций остаются Виргинские острова — 61,1 млрд. долларов. Именно

там зарегистрированы компании OGIP Ventures Ltd и Alfa Petroleum Holdings Limited (продавцы 50% ТНК-ВР от концорциума ААР) [http://www.investmentrussia.ru/teoriya-investirovaniya/investicii-v-rossiyu-v-2014.html].

В середине 2014 года произошел спад инвестиций, связанный с окончанием масштабных строек и крупных инвестпроектов. Рост инвестиций наблюдается лишь в сфере добычи несырьевых полезных ископаемых, организации отдыха и торговле.

Министерство экономического развития уже дважды ухудшало прогноз по динамике роста инвестиций в 2014 году. Сейчас этот показатель выглядит как 3,9%. Прогноз аналитиков ЦМАКП оказался еще менее оптимистичным — всего 3%. Центр развития ВШЭ, в свою очередь, «обещает» и вовсе 2,2%.

Редкими пессимистами (или реалистами) оказались российские банки. В «ВТБ Капитал» считают, что в нынешнем году инвестиции в Россию увеличатся всего на 2%, а в Райффайзенбанке вообще «дают» всего 1% прироста [http://www.investmentrussia.ru/teoriya-investirovaniya/investicii-v-rossiyu-v-2014.html].

К сожалению, общая ситуация с количеством (а самое главное, с качеством) привлеченных в Россию инвестиций складывается неутешительная.

Низкая инвестиционная привлекательность РФ довольно объяснима. И вряд ли что-то поменяется в ближайшее время. Вкладывать средства в экономику, которая «зависла», не выгодно ни отечественному, ни иностранному инвестору.

В экономике России происходит постоянный отток средств и для того, чтобы его менее болезненно переносить, необходимо обновлять экономику и инфраструктуру РФ через использование собственных ресурсов и источников (таких как резервный фонд), активизировать работу с инвестиционными фондами и банками стран Китая, Индии и др.

Если при этом поддерживать «своего» предпринимателя, то и часть дохода будет идти в бюджет Российской Федерации.

#### Литература:

1. Шаринова, Г. А. Инвестиционный климат России: современное состояние, проблемы и пути развития/Г. А. Шаринова, О. Э. Дембилов//Молодой ученый. — 2013. — № 11. — с. 503–505
2. http://www.investmentrussia.ru/teoriya-investirovaniya/investicii-v-rossiyu-v-2014.html.

## Территориальный брендинг как инструмент развития региона

Якубова Татьяна Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Крюкова Анастасия Петровна, магистрант

Российский университет дружбы народов (г. Москва)

*В статье рассматривается новый для России подход к развитию региона — брендинг территории. Систематизированы научные трактования этой категории. Рассмотрен понятийный аппарат. Обращено вни-*

вание на территориальный брендинг как технологию обеспечения сбалансированного развития территории в современных условиях.

**Ключевые слова:** брендинг территории; бренд-платформа; архитектура бренда; территориальный брендинг.

## Territorial branding as a tool for regional development

*This article is for Russia's approach to the development of region — branding of the territory branding. Systematic scientific interpretation of this category. Considered conceptual apparatus. Attention was drawn to the territorial branding as technology ensure a balanced development of the territory in modern conditions.*

**Keywords:** branding; brand platform; brand architecture; territorial branding

В современном мире территории вовлечены в беспре-  
рывную борьбу за развитие и рост благосостояния  
своего населения. Чтобы расширить возможности, ре-  
гионам необходимо постоянно привлекать инвесторов, по-  
тенциальных жителей, туристов, а также уметь формиро-  
вать четкий и положительный бренд территории. Несмотря  
на «раскрученность» самого термина «территориальный  
брендинг», его общепринятое определение остается пред-  
метом споров и обсуждений. Это понятие многофакторное,  
что вызывает необходимость его систематизации.

Теоретические и практические аспекты создания  
бренда региона исследовали многие ученые. Так, вопросы  
маркетинга территорий освещены в работах Котлера Ф.,  
Асплунда К., Рейна I., Хайдера Д. [6], представивших  
свою концепцию, согласно которой в современном мире  
граждане становятся потребителями, а территории (го-  
рода, регионы и страны) — товарами. Большое значение  
имеют работы Саймона Анхольта [1; 2; 12; 13], предлагающего систему оценки национального бренда по таким  
направлениям развития как: туризм, экспорт, люди, куль-  
тура, инвестиции, иммиграция.

Отечественные авторы также исследуют в своих ра-  
ботах проблемы территориального маркетинга, к ним от-  
носятся: Т.А. Атаева [3], А.С. Брусовая [4], И.С. Ва-  
женина [5], В.К. Малькова [7], Т.В. Мещеряков [8],  
Е.А. Рудая [9], Н.П. Шальгина [10], и другие.

Но единого понимания категории «брендинг терри-  
тории» еще не достигнуто. К тому же, в доступных ис-  
точниках мало уделяется внимания рассмотрению терри-  
ториального брендинга как технологии для достижения  
успеха региона.

Целью статьи является развитие отечественного поня-  
тийного аппарата брендинга территории. Для реализации  
поставленной цели были решены такие задачи:

- 1) провести анализ трактования учеными понятия «брендинг территории»;
- 2) предложить концептуальные подходы к формированию территориального бренда.

Р.И. Шнипер [11] разработал теорию региональных  
воспроизводственных циклов, суть которой заключается  
в том, что все стадии общественного воспроизводства

(производство, распределение, обмен и потребление)  
имеют определенные границы.

Исследование Р.И. Шнипера показали, что терри-  
ториальные границы воспроизводственных циклов в хозяй-  
стве могут быть разделены на три типа: национальные,  
региональные и локальные. Анализ этих циклов показал,  
что большинство хозяйственных процессов замыкаются  
на региональном уровне.

В начале XXI столетия регион стал предметом иссле-  
дования как географическая, административная, экономи-  
ческая, культурно-историческая, этнокультурная единица.

Обеспечение сбалансированного социально-эконо-  
мического развития регионов как один из целевых ори-  
ентиров развития России нуждается в синхронизации  
следующих направлений региональной политики: сти-  
мулировании экономического развития путем создания  
новых центров экономического роста в регионе на основе  
конкурентных преимуществ; координации инфраструк-  
турных инвестиций государства и инвестиционных стра-  
тегий; расширении рынка сбыта региональной продукции.

По нашему мнению, синхронизации этих трех направ-  
лений можно достичь с помощью технологии территори-  
ального брендинга.

Территориальный брендинг является новым для России  
явлением с высоким потенциалом развития. Успешный  
бренд играет важную роль в развитии экономики, куль-  
туры и туристической инфраструктуры территории. Брен-  
динг территории означает создание такого общественного  
климата, который бы повышал привлекательность тер-  
ритории как объекта инвестирования и как среды жиз-  
недеятельности. Такой подход к территории принуждает  
местные органы власти, то есть «продавцов», стано-  
виться активными участниками инвестиционного рынка,  
на котором они должны занять конкурентную позицию,  
установить нишу для своего «товара».

Под брендингом территории в узком трактовании по-  
нимается стремления подороже «продать» реальные то-  
вары территории, а также провести активную рекламную  
кампанию сильных сторон своей территории как места,  
удобного, привлекательного для жизни и предпринима-  
тельства. В широком понимании брендинга территории

основной акцент делается на формировании территории как пространства для обитания, территории как места, где делаются покупки, территории как исторического и культурного центра и т. п.

Успешность брендинга территории оказывает непосредственное влияние на: обеспечение стойкого и привлекательного имиджа территории, повышение ее узнаваемости; формирование потребительского представления об уникальности; преодоление дефицита ресурсов; привлечение туристов; улучшение инвестиционной привлекательности; наращивание хозяйственного потенциала; вступление в международные организации; трансляцию региональных достижений и инициатив; повышение государственного престижа и др.

Рассмотрим детально категорию «территориальный брендинг» (таблица 1).

Анализ приведенных в таблице определений показывает, что не существует единого подхода к трактованию исследуемой категории.

Понятийный аппарат брендинга территории представлен на рис. 1.

В отличие от многих управленческих технологий, концепция брендинга территории не является продуктом фундаментальных или научно-прикладных исследований, а возникает на основе быстро возрастающего количества практик конкретных территорий. Каждый регион, в силу индивидуальности своего развития, должен иметь собственную стратегию стойкого развития, которая будет учитывать его сильные стороны. В недалеком прошлом регионы делали основной акцент в развитии на расширении промышленной базы, а сейчас промышленность может в отдельных случаях мешать динамическим и богатым городам, вредить их имиджу. Производственный сектор уступает таким направлениям как управление, финансы, консалтинг, прикладная наука, информационные технологии и т. п. — все это обеспечивает большие заработки горожанам и большие доходы бюджета. Развивается, так называемая, «экономика впечатлений». Экономика событий

Таблица 1. Трактование учеными категории «брендинг территории»

№ п/п	Автор, источник	Определение
1.	Т. Атаева [3, с. 3]	Территориальный бренд — это бренд страны, региона, города или другого территориального образования, который выступает важным фактором продвижения территории, опирается на политический, экономический, социокультурный ее потенциал и природно-рекреационные ресурсы, а также на бренды товаров и услуг, локализованные в определенной географической местности.
2.	А. Брусовая, И. Щепина [4, с. 35]	Брендинг территории — это образ страны или региона в сознании граждан или мировой общественности.
3.	М. Каваратцис [16, р. 53]	Брендинг территории определяется как плановое изображение бренда города, и это представляет проблему для городских планировщиков (а также архитекторов) в усилиях городов презентовать себя в ответ на все более большую давку конкуренции в контексте глобализационной культуры.
4.	В. Малькова [7, с. 29]	Историко-культурный образ-бренд территории — это широкий комплекс ее реальных характеристик и потенциальных возможностей, который имеет историческое и культурно-психологическое значения для прошлого, настоящего и будущего региона и его жителей, а также и для «внешних потребителей».
5.	С. Анхольт [13, р. 106]	Территориальный брендинг является актом продвижения и обмена, но его нужно рассматривать не как самоцель, а как возможность для создания имиджа и репутации страны или города.
6.	Т. Мещеряков [8, с. 30]	Территориальный брендинг является важным инструментом управления маркетингом территории и нацеленный на формирование коммуникативного капитала территории как составной части институционального капитала, наличие которого позволяет субъектам маркетинга территории экономить на транзакционных расходах при взаимодействии.
7.	И. Важенина [5, с. 86]	Бренд территории — это совокупность вечных ценностей, которые отображают своеобразие, неповторимые, оригинальные потребительские характеристики определенной территории и сообщества, которые широко известны, получили общественное признание и пользуются стабильным спросом потребителей этой территории.
8.	Ф. Го [15, р. 109]	Территориальный брендинг — это процесс определения ресурсов, являющийся для большинства территорий их наиболее ценным активом: это люди, которые живут там.
9.	К. Динни [14, р. 106]	Территориальный брендинг — это процесс, который содействует созданию «наиреалистичнеего, наиболее конкурентоспособного и спешно стратегического видения для города, региона или страны».
10.	Н. Шалыгина [10, 1166]	Брендинг территории — это процесс создания и управление брендом, который включает в себя формирование, продвижение и развитие бренда.

становится важным направлением инвестиционной политики многих городов. Кроме прямой экономической выгоды, организация ярких и праздничных событий — это декларация процветания региона. Регион, стремящийся к успеху, должен взять на вооружение такие инструменты как: фестивали, марафоны, праздники, торжества.

Бренд региона — это территориальная идентичность, системно выраженная в ярких и привлекательных идеях, символах, ценностях, образах. Это визуальный или виртуальный символ, положительный «фирменный» признак, по которым потребители идентифицируют регион, «раскрученная» товарная марка, которая формирует или подтверждает его имидж и репутацию.

Создание, развитие и продвижения бренда территории сегодня — это ручательство успешного ее развития территории, благополучие и процветание.

К сожалению, еще существует стереотип, что создание логотипа — это и есть брендинг, но разработка лого-

типа является лишь одним и далеко не обязательным элементом визуализации бренда. Суть брендинга более глубокая: создавать впечатление о регионе, используя весь арсенал имеющихся инструментов.

Таким образом, сегодня происходит изменение парадигмы развития территории. Старые модели не отвечают запросам современного развития экономики, процессам глобализации, капитализации, интернетизации населения, росту его мобильности и активности.

Регион становится субъектом социально-экономических отношений. Регион становится товаром. Он является сосредоточением нематериальных активов, превосходящим акцентом развития становится развитие культуры, досуг, впечатлений. Органам региональной и муниципальной власти российских регионов в своей деятельности необходимо учитывать эти факторы при составлении планов развития.



Рис. 1. Понятийный аппарат брендинга территории

## Литература:

1. Анхолт, С. Бренд Америка: мать всех брендов/С. Анхолт, Дж. Хильдрет. — М.: Добрая книга, 2010. — 232 с.
2. Анхолт, С. Брендинг: дорога к мировому рынку/С. Анхолт. — М.: Кудиц-Образ, 2004. — 272 с.
3. Атаева, Т. А. Маркетинг территорий как фактор развития инфраструктуры региона/Т. А. Атаева // Маркетингът — реальност и проекции в бъдещето: материалы конференции (Варна, 28–29 июня 2012 г.). — Варна, 2012. — 8 с.
4. Брусовая, А. С. Формирование бренда региона как основы обеспечения сбалансированного социально-экономического развития субъектов РФ (На примере Ивановской области)/А. С. Брусовая, И. А. Щепина // Региональная экономика: теория и практика. — 2010. — № 14. — с. 34–42
5. Важенина, И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде/И. С. Важенина // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — № 6. — с. 82–98.
6. Котлер, Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг городов. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы/[Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер]. — СПб.: Изд-во «Стокгольмская школа экономики», 2005. — 382 с.
7. Малькова, В. К., Тишкова В. А. Культура и пространство: историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест: [сб. науч. трудов]/[науч. ред. В. К. Мальковой, В. А. Тишкова]. — Ростова н/Д: ЮНЦ РАН, 2012. — 312 с.
8. Мещеряков, Т. В. Бренд как коммуникативный капитал/Т. В. Мещеряков, И. Ю. Окольнішнікова, Г. Ю. Никифорова // Проблемы современной экономики. — 2011. — № 1. — с. 149–153.
9. Рудая, Е. А. Основы бренд-менеджмента/Е. А. Рудая. — М.: Аспект пресс, 2010. — 256 с.
10. Шалыгина, Н. П. О роли брендинга в формировании туристской привлекательности региона/Н. П. Шалыгина, М. В. Селюков, Е. В. Курач // Фундаментальные исследования. — 2013. — № 8. — с. 1165–1168.
11. Шнипер, Р. И. Регион: Экономические методы управления/Р. И. Шнипер. — Новосибирск: Наука, 1978. — 367 с.
12. Anholt, S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions/S. Anholt. — 1-st edition. — Palgrave Macmillan, 2007. — 160 p.
13. Anholt, S. Places: Identity, Image and Reputation/S. Anholt. — Palgrave Macmillan, 2009. — 256 p.
14. Dinnie K. Place branding: Overview of an emerging literature/K. Dinnie // Place Branding and Public Diplomacy. — 2004. — № 1. — Pp. 106–110.
15. Go, F. Place Branding: Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced/F. Go, R. Govers. — NY: Palgrave Macmillan, 2009. — 256 p.
16. Kavaratzis, M. Towards Effective Place Brand Management/M. Kavaratzis, G. Ashworth. — Edward Elgar Publishing Limited, 2010. — 280 p.

## Методика составления отчета о движении денежных средств в Украине

Яременко Людмила Михайловна, кандидат экономических наук, доцент  
Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды (Украина)

*Охарактеризовано отчет о движении денежных средств как составной элемент годового финансового отчета. Описаны цель составления отчета о движении денежных средств. Рассмотрены способы составления отчета о движении денежных средств по прямому и косвенным методом.*

**Ключевые слова:** финансовая отчетность, отчет о движении денежных средств, бухгалтерский учет, годовой финансовый отчет, денежные потоки.

**Актуальность темы.** На сегодняшний день наблюдается процесс реформирования бухгалтерского учета, внедрения ряда нормативных документов, регламентирующих его деятельность, с целью максимального приближения к международным стандартам и требованиям рыночной системы хозяйствования. Каждое предприятие в процессе своего функционирования имеет целью достижение максимального эф-

фекта от своей деятельности, а это невозможно без эффективного управления им. В свою очередь управление выступает творческим процессом руководителя, основывается на взвешенных решениях принятых на основе данных, отражающих реальное положение вещей на предприятии. Данные, которые являются основой принятия решений, представляются в форме финансовых отчетов соответствующих отчетных периодов.



В результате процесс подготовки и составления финансовых отчетов должен быть организован в соответствии с законодательством и обеспечивать пользователей полной, правдивой, непредвзятой информацией об изменениях сложившихся в отчете о движении денежных средств. Согласно Национальным Положением (Стандартом) бухгалтерского учета отчет о движении денежных средств — это отчет, отражающий поступление и выбытие денежных средств в течение отчетного периода в результате операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

**Анализ научных исследований.** В развитие вопросов теории и методологии отчета о движении денежных средств существенный вклад внесли известные отечественные ученые: Береза Л. С., Ефимова Ф. Ф., Буфатина И. В., Ватуля И. Д., Верига Ю. А., В. Владимиров, Т. Войтенко, Гливенко В. В., Голов С. Ф., Зорин Г. Г., Зорина В. Н., Лень В. С., Осадчая Т. С. Пархоменко В. М., Скотникова Л. Т., Цал-Цалко Ю. С., Чижевська Л. В., Шевченко С. М. и др.

**Изложение основного материала.** Отчет о движении денежных средств на предприятиях Украины является составной частью годового финансового отчета. Годовой финансовый отчет все предприятия Украины подают не позднее 9 февраля следующего за отчетным годом, а квартальную отчетность — не позднее 25 числа месяца, следующего за отчетным кварталом. Датой представления финансовой отчетности для предприятия считается день фактической ее передачи по независимости, а в случае направления ее по почте — дата получения адресатом отчетности, указанная на штампе предприятия связи, обслуживающего адресата [1].

Согласно Национальному Положению (стандарту) бухгалтерского учета отчет о движении денежных средств — это отчет, отражающий поступление и выбытие денежных средств в течение отчетного периода в результате операционной, инвестиционной и финансовой деятельности [4].

Целью составления отчета о движении денежных средств является предоставление пользователям финансовой отчетности полной, правдивой и непредвзятой информации об изменениях, произошедших в денежных средствах предприятия и их эквивалентах за отчетный период.

Такая информация дает возможность оценить:

- изменения в активах предприятия;
- финансовое состояние предприятия (ликвидность, устойчивость, платежеспособность);
- маневренность с денежными средствами;
- планирование использования денежных средств;
- достоверность составления баланса и отчета о финансовых результатах.

Отчет о движении денежных средств позволяет отслеживать денежные потоки на предприятии. Денежные потоки характеризуют движение денежных средств, которые невозможно проследить при расчетах финансовых ре-

зультатов. Это амортизация, капитальные расходы, налоги, штрафы, задолженность, займы и авансовые взносы. В условиях инфляции и кризиса неплатежей руководство денежными потоками является наиболее актуальной задачей в управлении финансами.

Метод составления отчета о движении денежных средств определяется методическими рекомендациями по заполнению форм финансовой отчетности (приказ Минфина от 28.03.2013 г. № 433 [2]).

Отчет заполняют в виде таблицы, которая состоит из строк (по прямым методом: от 3000 до 3415, за косвенным методом: от 3500 до 3415) и граф. Строки разделены на разделы, характеризующие операционную, инвестиционную и финансовую деятельность.

При составлении финансовой отчетности и консолидированной финансовой отчетности предприятия могут выбрать способ составления отчета о движении денежных средств за прямым или косвенным методом с применением соответствующей формы отчета.

Предприятие развернуто приводит суммы поступлений и расходов, возникающих в результате операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. Если движение денежных средств в результате одной операции включает суммы, принадлежащих к различным видам деятельности. Внутренние изменения в составе денежных средств в отчет о движении денежных средств не включаются. Неденежные операции (получение активов путем финансовой аренды; бартерные операции, приобретение активов путем эмиссии акций и т. п.) не включаются в отчет о движении денежных средств.

Прямой метод основан на анализе движения денежных средств по бухгалтерским счетам предприятия. Этот метод позволяет показать основные источники поступления и направления движения денежных средств; позволяет сделать оперативные выводы относительно средств для платежей по текущим обязательствам; устанавливает взаимосвязь между реализацией и денежной выручкой в отчетном периоде.

По этому методу поступления денежных средств от клиентов определяется как сумма реализованных товаров и услуг (в обслуживающих отраслях — доход от операционной деятельности), откорректированная на сумму дебиторской задолженности.

Отчет о движении денежных средств прямым методом состоит из трех разделов:

- I. Движение средств в результате операционной деятельности;
- II. Движение средств в результате инвестиционной деятельности;
- III. Движение средств в результате финансовой деятельности [2].

Косвенный метод основан на анализе статей баланса и отчета о финансовых результатах. Он позволяет показать взаимосвязь между разными видами деятельности предприятия; установить связь между чистой прибылью и изменениями в активах предприятия за отчетный период.

На основе НП (с) БУ №1 «Общие требования к финансовой отчетности» при составлении отчета используют косвенный метод. Первый раздел отчета (операционная деятельность) заполняют на основе косвенного метода. Второй и третий разделы (инвестиционная, финансовая деятельность) заполняются на основании аналитического учета. Последовательность заполнения разделов приведена на таб. 1.

Отчет о движении денежных средств отражает движение денежных средств на предприятии в течение отчетного периода. Он состоит из трех разделов, в которых раскрывается движение средств в результате операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия.

Результат отчета показывает изменения в состоянии денежных средств, произошедшие в течение отчетного периода.

Отчет позволяет ответить на вопрос: увеличился или уменьшился объем денежных средств на предприятии и за счет чего это увеличение или уменьшение произошло? Движение денежных средств в результате операционной деятельности определяется корректировкой прибыли (убытка) от обычной деятельности до налогообложения на суммы изменений запасов, дебиторской и кредиторской задолженности, обеспечений, связанных с операционной деятельностью, амортизации необоротных активов, прибыли (убытка) от неоперационной деятельности, расходов на уплату процентов, уплаченный налог на прибыль, доходов и расходов будущих периодов.

Отчет о движении денежных средств содержит информацию о денежных потоках предприятия за отчетный период. Под денежными потоками понимают поступления и выбытия денежных средств и их эквивалентов. Денежные средства включают средства в кассе и на счетах в банках, которые могут быть использованы для текущих операций.

Эквивалентами денежных средств являются краткосрочные финансовые инвестиции, которые могут быть свободно конвертированы в известную сумму денежных средств и имеют незначительный риск относительно изменения стоимости. Обычно такими эквивалентами могут быть высоколиквидные инвестиции в ценные бумаги на срок, не превышающий три месяца (казначейские векселя, депозитные сертификаты и т. п.).

Движение средств отражается в отчете о движении денежных средств в разрезе трех видов деятельности: операционной, инвестиционной и финансовой.

Операционная деятельность — это основная деятельность предприятия, а также другие виды деятельности, не являющиеся инвестиционной и финансовой. Примером движения денежных средств вследствие операционной деятельности являются: поступления средств от реализации продукции (товаров, услуг); поступления средств за предоставление права пользования активами (аренда, лицензии и т. п.); платежи поставщикам; выплаты работникам и тому подобное.

Инвестиционная деятельность — это совокупность операций по приобретению и продаже долгосрочных (вне-

оборотных) активов, а также краткосрочных (текущих) финансовых инвестиций, которые не являются эквивалентами денежных средств.

Примеры движения средств в результате инвестиционной деятельности:

- платежи, связанные с приобретением основных средств и нематериальных активов;
- поступления средств от продажи внеоборотных активов;
- предоставление займов другим предприятиям;
- поступления средств от финансовых инвестиций (дивиденды, проценты).

Финансируемая деятельность — это совокупность операций, которые приводят к изменению величины или состава собственного и заемного капитала. Примером движения средств в результате финансовой деятельности являются:

- выпуск собственного капитала (акций);
- получение займов и их погашения;
- выкуп акций собственной эмиссии;
- выплата дивидендов.

Применяя рассматриваемую классификацию, следует иметь в виду, что отнесение движения средств в соответствующей группе зависит прежде всего от характера хозяйственной деятельности предприятия. Например, инвестиции в ценные бумаги обычно являются инвестиционной деятельностью предприятия, но основной (операционной) деятельностью инвестиционной компании [5, с. 233].

Кроме того, если одна операция включает суммы средств от нескольких видов деятельности, эти суммы необходимо распределять между соответствующими видами деятельности. Так, например, сумму, уплаченную банку, которая включает погашение займа и проценты, будет отражено двумя позициями: проценты — в составе операционной деятельности, а погашение займа — в составе финансовой деятельности.

Неденежные операции — это операции, которые не требуют использования денежных средств или их эквивалентов. Примером таких операций являются:

- бартерные операции;
- поступления основных средств на условиях финансового лизинга;
- преобразования обязательств на собственный капитал.

Неденежные операции не включаются в отчет о движении денежных средств.

Неденежные операции, связанные с финансовой и инвестиционной деятельностью, следует раскрывать в примечаниях к финансовым отчетам. Внутренние изменения в составе денежных средств и их эквивалентов не отражаются в отчете о движении денежных средств. Например, поступление средств из банка в кассу предприятия не рассматривается как движение денежных средств в результате операционной деятельности.

Информацию о движении средств в результате операционной деятельности можно получить:

Таблица 1. Схема заполнения Отчета о движении денежных средств

Поток денежных средств на начало периода	
Поступило	Расход
Поступления от реализации продукции, работ и услуг в текущем периоде	Оплата за сырье и материалы
Авансы, полученные от покупателей	Зарботная плата рабочих и служащих
Погашение дебиторской задолженности	Отчисления в бюджет и внебюджетные фонды
Другие поступления	Прочие расходы
Поток средств по инвестиционной деятельности	
Поступило	Расход
Реализация долгосрочных активов	Инвестиции
Поток средств по финансовой деятельности	
Поступило	Расход
Поступление кредитов и займов, эмиссия акций	Возврат кредитов и займов, выплата дивидендов, выкуп акций

- из учетных реестров;
- путем последовательного корректировки статей отчета о финансовых результатах.

Косвенный метод предполагает определение суммы чистого поступления (расхода) в результате операционной деятельности путем последовательного корректировки показателя прибыли (убытка) от обычной деятельности до налогообложения, приведенного в отчете о финансовых результатах.

Корректировка осуществляется с целью учета влияния:

- изменений в составе запасов, операционной дебиторской и кредиторской задолженности;
- неденежных операций;
- доходов и расходов, связанных с инвестиционной и финансовой деятельностью [3].

Форма отчета о движении денежных средств, установленная национальным положением (стандартом) бухгалтерского учета, предусматривает использование косвенного метода представления информации о дви-

жении средств в результате операционной деятельности.

**Выводы.** Независимо от формы собственности предприятия, роль отчетности предприятия занимает очень важное место в управлении его хозяйственной деятельностью. Финансовая отчетность, основываясь на обобщенных данных бухгалтерского учета, выступает связующим звеном между предприятием с внешней средой. Именно финансовая отчетность должна предоставлять полную, непредвзятую и достоверную информацию о текущем состоянии и результатах функционирования предприятия. Принятие НП (с) БУ № 1 — стало первым шагом навстречу международным стандартам финансовой отчетности. Данное положение по аналогии с МСФО предусматривает необходимость составления: Баланса (Отчета о финансовом состоянии); Отчета о прибылях и убытках (Отчета о совокупном доходе); Отчета о движении денежных средств; Отчета о собственном капитале; Примечания к финансовой отчетности.

Литература:

1. Закон Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» [Электронный ресурс]: Закон Украины от 16.07.99 №996–14 // Режим доступа: [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
2. Методические рекомендации по заполнению форм финансовой отчетности (приказ Минфина от 28.03.2013 г. № 433) [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
3. Международный стандарт бухгалтерского учета 7 «Отчет о движении денежных средств»/[Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929\\_019](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_019)
4. Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета 01 «Общие требования к финансовой отчетности»: утв. приказом МФУ от 07.02.13 г. № 73. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
5. Фарион, И. Д. Управленческий учет [Текст]: Учебник. — М.: 2012. — 792 с.

# Молодой ученый

Ежемесячный научный журнал

№ 21 (80) / 2014

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:**

Ахметова Г. Д.

**Члены редакционной коллегии:**

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

**Ответственные редакторы:**

Кайнова Г. А., Осянина Е. И.

**Международный редакционный совет:**

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

**Художник:** Шишков Е. А.

**Верстка:** Бурьянов П. Я.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:**

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

E-mail: [info@moluch.ru](mailto:info@moluch.ru)

<http://www.moluch.ru/>

**Учредитель и издатель:**

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Арбузова, д. 4