

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

БИЗНЕС-ПЛАН КАК КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЫЖИВАНИЯ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аноп Мария Федоровна

Студент, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

Близкий Роман Сергеевич

научный руководитель, д.э.н., профессор, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

BUSINESS PLAN AS COMPETITIVE TOOL OF THE BUSINESS SURVIVAL IN MODERN RUSSIAN ECONOMY

Anop Maria, student of Vladivostok state university of Economics and Service, Vladivostok

Blizkiy Roman, Doctor of Economics science, professor of Vladivostok state university of Economics and Service, Vladivostok

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается ключевая роль бизнес-плана на этапах организации и развития конкурентоспособного предпринимательства. Анализируется малое предпринимательство в Приморском крае и его развитие на базе бизнес-инкубаторов ВГУЭС и ДВФУ.

ABSTRACT

The key role of the business plan on the stages of organization development of competitive businesses is discussed. The small business in the Primorsky region and its development on the basis of business incubators of VSUES and FEFU are analyzed.

Ключевые слова: бизнес-план; конкурентоспособность; предпринимательство.

Keywords: business plan; competitive ability; business activity.

В современной экономике основным рабочим инструментом, который используется во всех сферах предпринимательства, является бизнес-план. Сущность бизнес-плана в том, что он описывает процесс функционирования компании, показывает, каким образом достигать определенных стратегических целей. Перспективный и удачно разработанный бизнес-план помогает организации расти, занимать высокие позиции на рынке услуг (работ), быть конкурентоспособной.

Актуальность бизнес-плана и необходимость его применения обуславливается несколькими причинами:

- в современную рыночную экономику входит все больше и больше новых игроков – молодых и талантливых предпринимателей, которые, в большинстве своем, практически не представляют себе проблемы, ожидающие их в мире бизнеса;
- современные рыночные отношения заставляют новых и опытных руководителей по-новому просчитывать свои действия в межхозяйственных отношениях;
- получение инвестиций для развития бизнеса должны быть обоснованными и нацеленными на положительный результат, т.е. эффективными.

Целью данной работы является исследование влияния бизнес-плана на деятельность организации в условиях современной российской экономики.

Основные задачи, раскрывающие цель и сформулированные в работе исследования:

- обоснование ключевой роли бизнес-плана на этапах организации и развития конкурентоспособного

предпринимательства,

- оценка состояния и выживания малого и среднего предпринимательства в Приморском крае.

Существует достаточно много определений бизнес-плана, в которых выражается его значение для любого предприятия, обобщая все определения, в моем понимании, бизнес-план – это документ, который позволяет управлять бизнесом при правильном его составлении и систематическом обновлении.

Самым трудным периодом для организации являются первые 3-5 лет ее существования, в течение которого рынок признает либо отвергает вновь созданное предприятие, тем самым подтверждая факт, что бизнес-план является самым сильным фактором получения новой прибыли, а в условиях усиления конкуренции, спада производства и кризиса бизнес-план превращается в единственный спасательный круг выживания предприятия [3].

В условиях современной российской экономики, важнейшим свойством является конкурентоспособность фирмы, и именно на ее обеспечение направлены все усилия. Добиться истинного успеха можно создавая то, что вам нравится, вкладываясь в то, что вдохновляет. История многих успешных компаний подтверждает этот факт. Можно сказать, хобби – это правильный стартовый капитал для бизнеса, у которого есть шансы на успех.

Хорошо разработанный план помогает фирме завоевывать новые позиции на рынке, где она функционирует, составлять более глубокие перспективные планы развития, концепции производства новых товаров и услуг и выбирать рациональные способы их реализации.

Роль бизнес-плана на этапах организации и развития конкурентоспособного предпринимательства

Любая компания является «живым» организмом: она рождается, развивается, достигает пика своего роста и затухает, другими словами проходит через определенные этапы своего жизненного цикла. Теоретики менеджмента считают, что любой бизнес предсказуем в своем

развитии, и можно благодаря бизнес-плану избежать рисков и снижения наиболее значимых показателей. Рассмотрим более детально жизненные циклы организации и применение такого инструмента, как бизнес-план на каждом этапе.

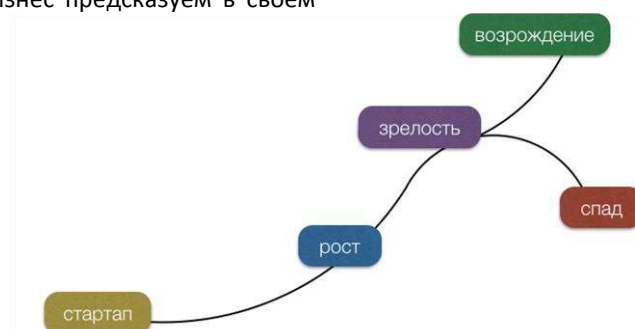


Рисунок 1. Жизненные циклы организации

Первый этап «Старт». На данном этапе все компании имеют очень простую организационную структуру, где все решения принимает основатель бизнеса. Основные задачи компании – определить свои ключевые компетенции и создать продукт, который будет востребован. На данном этапе зарождения организации можно обойтись без бизнес-плана, но необходимы средства для развития бизнеса и вывода его на новый уровень. Приведем в пример компанию Backurify, ее основатель без бизнес-плана и финансовых прогнозов реализовал свою бизнес-идею, заинтересовал инвесторов и получил денежные средства на открытие бизнеса [5]. Реализовать свою предпринимательскую идею без бизнес-плана возможно, но после этого этапа, без планирования своих действий, анализа конкурентов и расчета финансовых показателей деятельность перейдет на этап «спад» и дальнейшего развития предприятие не предвидится.

Второй этап «Рост». На стадии роста компания начинает увеличивать ассортимент своих продуктов, начиная захватывать новые сегменты и рынки, производить небольшие изменения по улучшению продукта. На этапе роста, организация уже не может обойтись без бизнес-плана. Приведем в пример фирму MadRobots, которую открыли молодые люди, занимающиеся IT-технологиями. Качественный бизнес-план и заинтересованность лидеров помогли добиться успеха в начале пути предпринимательской деятельности, но, когда проект перешел на стадию роста и развития, произошло снижение объемов продаж и рост задолженности, так как молодые предприниматели не вносили изменения в бизнес-план, не оценили своих новых конкурентов и было не целесообразно выбрано место сбыта продукции [7].

Третий этап «Зрелость». На этапе зрелости организации уровень продаж стабилизируется, фирма устойчива на рынке и характеризуется высокой конкурентоспособностью. На данном этапе главную роль играет процесс планирования. Если вовремя не обновить бизнес-план, не определить дальнейшие цели, то организация перейдет на четвертый этап «спад», но если руководитель фирмы особое внимание уделит планированию своего бизнеса, доработкам отдельных разделов бизнес-плана, то компания перейдет на уровень «возрождение».

Компании, чтобы лидировать на рынке должны систематически обновлять свой бизнес-план, вносить изменения, связанные с переменами, происходящими в

фирме. Особое внимание необходимо уделять:

- маркетинговому плану (вносить дополнения по конкурентным предприятиям, оценивать рынок и платежеспособный покупательский спрос);
- плану сбыта продукции (пересматривать ценообразование, разрабатывать аффилиатские программы, контролировать уровень запасов)
- организационному плану (пересматривать организационную структуру фирмы, делать ее понятной и простой).

Выживание бизнеса в условиях современной быстроменяющейся экономической ситуации возможно при преобразовании производства, его диверсификации. Например, в период, когда курсы валют не были динамично изменяющимися, сырье и материалы многие компании возили из-за границы, изготавливали в России готовую продукцию и отправляли на рынки, в настоящее время, закупки из-за границы сырья и материалов недоступно в таком количестве, как раньше и организациям необходимо переориентировать свое производство, чтобы не потерять потребителя и оставаться конкурентоспособным.

Таким образом, бизнес-план дает возможность предпринимателю оценить прогресс своего дела и контролировать текущие операции.

Малое и среднее предпринимательство в Приморском крае

Во Владивостоке малое и среднее предпринимательство является хорошим «двигателем» развития. На данный момент в регионе находится 31,7 тысяч субъектов малого бизнеса и 263 единицы предприятий среднего бизнеса, и с каждым разом это число увеличивается.

В 2014 году в Приморье на развитие малого и среднего предпринимательства было направлено 340 миллионов рублей [4], и в настоящее время продолжается реализация мероприятий муниципальной программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в городе Владивостоке» на 2014-2018 годы. Предприниматели, получившие поддержку, работают в различных отраслях экономики Владивостока: торговля, туристическая деятельность, пошив одежды, сервисное обслуживание, рекламные услуги и другие. Данные, отражающие направления деятельности малых предприятий в Приморском крае показаны на таблице 1 [6].

Таблица 1

Направления деятельности малых предприятий в ПК на 2014 год

Отрасль малого предприятия	Количество предприятий в Приморском крае
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	13576
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	6042
транспорт и связь	3323
строительство	3019
обрабатывающие производства	1928
гостиницы и рестораны	926
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	901
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	612
здравоохранение и предоставление социальных услуг	583
финансовая деятельность	348
рыболовство, рыбоводство	181
добыча полезных ископаемых	88
образование	66

Программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в городе Владивостоке» актуальна среди молодежи. Ведь почти каждый молодой человек желает стать успешным и перспективным предпринимателем. Программа способна повысить деловую активность молодых людей, мотивировать их на открытие собственного бизнеса.

Среди молодых предпринимателей Приморского края самыми перспективными инновационными проектами стали проекты бизнес-инкубатора ДВФУ и бизнес-инкубатора ВГУЭС, а также проекты администрации Приморского края.

Среди инвестиционных проектов, представленными данными площадками, можно назвать: технологию, позволяющую увеличить эффективность процедуры ЭКО; принципиально новые программно-аппаратные комплексы для диагностики зрения; устройство, минимизирующее вредное воздействие газа при сжигании ТБО; автошколу для инвалидов; комплекс услуг по защите от вредного электромагнитного излучения [2]. В 2015 году, в администрации Приморского края, впервые проходил конкурс бизнес-проектов по созданию дошкольных образовательных центров. Пять индивидуальных предпринимателей из Владивостока и Уссурийска получили до 10 миллионов рублей на создание частных образовательных центров.

Администрация Приморского края также поддерживает молодых бизнесменов грантами. Крупные инвестиционные проекты в 2014 году полностью освободили от налогов на имущество. Во Владивостоке открылся филиал фонда «Сколково», который безусловно положительно влияет на динамику развития предпринимательства в Приморском крае.

Таким образом, для развития бизнеса среди молодежи организуют бизнес-школы, где молодые люди могут получить необходимые консультации по организации бизнеса. Для такого бизнеса в «инкубаторах» предусмотрены определенные условия аренды помещений и техники, помощь в ведении бухгалтерского учёта. Поддержка бизнеса среди молодежи имеет важнейшее значение, и поэтому российское правительство разрабатывает различные целевые программы для оказания помощи молодёжному предпринимательству. Данные

программы направлены на обучение, консультации и выдачу субсидий молодым людям для развития собственного бизнеса.

Заключение

При разработке идеи для бизнеса не стоит пренебрегать никакими мелочами и считать, что бизнес-план – это пустая трата времени. Данные, изложенные на бумаге в четкой последовательности, помогут увидеть перспективы и сложности коммерческого проекта. Сегодня открыть новый бизнес, либо поднять на высоту уже существующий, практически невозможно без тщательно разработанного плана действий. Значение нужно придавать каждому разделу, ни в коем случае не заострять внимание на каком-то одном.

К сожалению, российские предприниматели убеждены, что бизнес-план это всего лишь формальный документ и составляя его для внешних учреждений (банков, министерств, государственных органов), истинную ситуацию компании зачастую искажают в сторону улучшения, а слабые стороны в плане либо не отражают, либо не уделяют им должного внимания. Необходимо менять представление современных предпринимателей о бизнес-плане и тогда, малый и средний бизнес, действуя по строго намеченному плану мероприятий развития, будет процветать и поднимать экономику России.

Список литературы

1. Бизнес-план и развитие бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ruconsol.ru/index.php/stati/85-biznes-plan-i-razvitie-biznesa>
2. Более 18 тысяч предпринимателей Приморья получили субсидии в 2014 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vladivostok-news.net/society/2015/03/25/59949.html>
3. Бочаров С.А. Основы бизнеса: методические основы разработки бизнес-плана [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bugabooks.com/book/474-osnovy-biznesa/14-51-metodicheskie-osnovy-razrabotki-biznes-plana.html>
4. Официальный сайт Администрации приморского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://primorsky.ru/news/common/53753/?type=original>
5. Роберт Мэй. Чему я научился, собирая миллион

долларов на старт без бизнес-плана и финансовых прогнозов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://habrahabr.ru/company/darudar/blog/206938/>

6. Федеральная служба государственной статистики \ Основные показатели деятельности малых предприятий в 2014 году. [Электронный ресурс]. Режим

доступа: http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/primstat/resources/3893c7004f08fd7a83609322524f7e0f/малые.htm

7. MadRobots. Уроки предпринимательства: почему Madrobots провалился в «Мере» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://habrahabr.ru/company/madrobots/blog/246303/>

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОЦЕНКИ НЕДВИЖИМОСТИ СРАВНИТЕЛЬНЫМ ПОДХОДОМ

Балтин Виктор Эдуардович

кандидат экон. наук, доцент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

IMPROVING THE QUALITY OF COMPARATIVE APPROACH IN THE PROCESS OF REAL ESTATE VALUATION

Baltin Victor, Candidat of Science, associate professor, Orenburg State University, Orenburg

АННОТАЦИЯ

Показано, что единообразие в понимании застроенного земельного участка в качестве объекта гражданского оборота ЗК РФ и ГК РФ привело к формированию термина «единый объект недвижимости», но не ответило на вопрос о главной вещи в его составе. Предложено решать этот вопрос сопоставлением ценности земельного участка и его улучшений для потенциального инвестора. Для сравнительного подхода к оценке единых объектов недвижимости даны рекомендации по последовательности внесения поправок в цены аналогов и разработана методика внесения поправки на различия в площадях земельных участков.

ABSTRACT

In the paper shown that consistency in the understanding of built-up land as an object of civil turnover of the Land Code and the Civil Code of the Russian Federation led to the formation of the term "unified real estate", but did not respond to a question about the main things in his lineup. Proposed to solve this issue by mapping the values of the land and its improvements for a potential investor. For a comparative approach to evaluate a unified real estate recommendations are given in sequence amend the prices of analogues and the method of making adjustments for differences in in the area of land.

Ключевые слова: единый объект недвижимости; сравнительный подход к оценке; элементы сравнения.

Key words: unified real estate; a comparative approach to the assessment; the elements of comparison.

В отсутствии законодательного закрепления понятия единого объекта недвижимости под ним общепринято понимается земельный участок и неразрывно связанные с ним здания и сооружения (объекты капитального строительства). Не вызывает сомнения отнесение единого объекта недвижимости к сложным вещам. Выделение же из его состава главной вещи не лишено противоречий. В соответствии с ЗК РФ в ее роли выступает земельный участок, а объект капитального строительства рассматривается как вещь-принадлежность, следующая судьбе главной вещи. ГК РФ рассматривает в качестве главной вещи объекты капитального строительства. Указанное противоречие законодательных норм не нашло разрешения в рекомендациях саморегулируемых организаций оценщиков к формированию наименования объекта оценки в случае оценки застроенных земельных участков. На это обстоятельство и возможные последствия в случае определения оценщиком наиболее эффективного использования объекта капитального строительства, отличного от его фактического использования автор указывал в [1].

Рациональным выходом из сложившейся ситуации с определением главной вещи представляется сопоставление ценности земли и ее улучшения для потенциального инвестора, руководствующегося типичными мотивами на дату оценки. Например, в случае объекта оценки, включающего земельный участок и возведенный на нем торговый центр, безусловно, главной вещью является объект капитального строительства, что и отражается в

наименовании объекта оценки: торговый центр с занимаемым им земельным участком. В случае оценки объекта недвижимости, включающего дачный земельный участок и расположенный на нем садовый домик, главной вещью в соответствии с инвестиционными мотивами типичного инвестора является земельный участок.

Определение главной вещи в составе единого объекта недвижимости имеет прикладное значение, так как определяет процесс выбора аналогов объекта оценки в сравнительном подходе. При этом представляется обязательным анализ объема прав собственника объекта капитального строительства на земельный участок, на котором объект возведен [2].

После подбора аналогов и определения элементов сравнения наиболее сложным этапом реализации сравнительного подхода является внесение поправок к рыночным ценам аналогов по каждому элементу сравнения. Укрупненный состав рекомендуемых элементов сравнения приведен в ФСО №7 [3]. Считаем целесообразным деление их на две группы:

1. Независящие от качественных и количественных характеристик объекта оценки.

- передаваемые имущественные права;
- условия финансирования состоявшейся или предполагаемой сделки;
- условия продажи;
- условия рынка (время установления цены).

2. Определяемые характеристиками объекта оценки.

- физические характеристики объекта;
- экономические характеристики;
- наличие движимого имущества, не связанного с недвижимостью.

Поправки по элементам сравнения первой группы выполняются к рыночной цене единого объекта недвижимости. В отношении поправок второй группы сложилась разная практика в связи с не проработанностью методик расчета их значений и порядка внесения в случае единого объекта недвижимости. Анализ отчетов об оценке, доступных автору статьи из открытых источников, в том числе участников и лауреатов открытых конкурсов отчетов об оценке, проводимых последние три года организаторами профессиональной сети «Оценщики и эксперты» (<http://ocenschiki-i-eksperty.ru>), показал следующую практику [2]:

1. Поправки на различия в физических и экономических характеристиках объектов капитального строительства в составе объекта оценки и аналогов выполняются к скорректированной после поправок первой группы цене единого объекта-аналога, наличие земельного участка игнорируется. Свою позицию по поводу земельного участка оценщик обосновывает небольшой долей стоимости земли в стоимости единого объекта, не рассчитывая при этом ее величину.
2. Поправки второй группы вносятся только в рыночную цену объекта капитального строительства-аналога, которая определяется путем вычитания из рыночной цены единого объекта-аналога стоимости, входящего в его состав земельного участка. Для определения стоимости земельного участка аналога в месте его расположения либо используется доля стоимости земли в составе объекта оценки по данным затратного подхода, либо данные о рыночных ценах продажи свободных земельных участков в месте расположения аналога. В итоговом значении результата оценки единого объекта недвижимости сравнительным подходом используется величина стоимости земельного участка, полученная в рамках затратного подхода.

Негативная характеристика первого подхода не требует обоснования. Игнорирование в составе единого объекта недвижимости земли приводит не только к искажению рыночной стоимости объекта оценки, но и нарушению методологии оценки. В случае второго подхода, использование для выделения из рыночной цены объекта-аналога стоимости земли на основе доли земельного участка в составе объекта оценки также нельзя признать корректным, так как в основном формирующие рыночные цены аналогов объекты капитального строительства практически всегда отличаются от соответствующих улучшений земельного участка в составе объекта оценки. Нахождение оценщиком рыночной стоимости земельных участков в составе объектов-аналогов в месте их расположения, как условно свободных, в целом, корректно, но это трудоемкая работа, сложность которой возрастает при увеличении количества ценовых зон расположения аналогов.

В целях устранения выделенных выше недостатков применения сравнительного подхода к оценке единых объектов недвижимости предлагается следующая последовательность внесения поправок к рыночным ценам

аналогов по рекомендуемым ФСО № 7 элементам сравнения:

1. Внесение поправок первой группы:
 - на объем передаваемых прав;
 - на условия финансирования состоявшейся или предполагаемой сделки;
 - на условия продажи;
 - на время установления цены.
2. Внесение поправки на торг (в случае, если используются цены предложений).
3. Внесение поправки на местоположение объекта-аналога.
4. Внесение поправки на различия в площади земельного участка объект оценки и аналога.
5. Внесение поправок на различия в характеристиках объектов капитального строительства.

Важно отметить, что поправки в составе этапов 1 – 4 выполняются к рыночной цене аналогов, как единых объектов недвижимости, а поправки на этапе 5 вносятся в удельную цену аналога, рассчитываемую как цену одного квадратного метра объекта капитального строительства. Такой порядок внесения поправок на этапе 5 стал возможен в результате предложенной последовательности и содержания этапов 3 и 4.

Поправка на местоположение объектов недвижимости методически достаточно разработана. Для ее выполнения применяются: экспертный метод, метод сравнения продаж, корреляционно-регрессионный метод и другие. В этой связи важно подчеркнуть, что эта поправка должна выполняться до внесения поправки на различия в площади земельных участков объекта оценки и аналогов. Для выполнения поправки на различия в площади земельных участков объекта оценки и аналогов, которая в настоящее время методически не обеспечена, предложена следующая методика:

1. Определяется площадь земельного участка объекта оценки, приходящаяся на один квадратный метр объекта капитального строительства (улучшения земельного участка), K^{00} :

$$K^{00} = \frac{S_{3Y}^{00}}{S_{OKC}^{00}},$$

где: S_{3Y}^{00} - площадь земельного участка в составе объекта оценки;

S_{OKC}^{00} - площадь объекта капитального строительства в составе объекта оценки.

2. Для i -аналога рассчитывается площадь земельного участка под возведенный на нем объект капитального строительства по нормативу K^{00} объекта оценки, $S_{3Y\text{норм}}^{анi}$:

$$S_{3Y\text{норм}}^{анi} = S_{OKC}^{анi} \times K^{00},$$

где: $S_{OKC}^{анi}$ - площадь объекта капитального строительства в составе i -аналога.

3. Рассчитывается излишняя (дополнительная) или недостающая площадь земельного участка в составе i -аналога по отношению к $S_{3Y\text{норм}}^{анi}$, $S_{доп}^{анi}$:

$$\pm S_{доп}^{анi} = S_{3Y}^{анi} - S_{3Y\text{норм}}^{анi},$$

где: $S_{3Y}^{анi}$ - площадь земельного участка в составе i -аналога.

4. Определяется величина поправки к рыночной цене i -аналога на излишек (недостаток) площади земельного участка, $\pm \Pi^{анi}$ рублей:

$$\pm \Pi^{анi} = \pm S_{доп}^{анi} \times \Pi_{3Yуд}^{00},$$

где: $\Pi_{3y_{уд}}^{00}$ – удельная цена земельного участка в составе объекта оценки, руб./ м2. Показатель $\Pi_{3y_{уд}}^{00}$ быть определен по итогам реализации затратного подхода к оценке стоимости объекта оценки, а в случае обоснования в отчете об оценке отказа от применения затратного подхода – методами сравнительного подхода в отдельном разделе отчета об оценке.

5. Рассчитывается скорректированная рыночная цена i-аналога $\Pi_{скор}^{ані}$ с учетом поправки на излишек (недостаток) площади земельного участка:

$$\Pi_{скор}^{ані} = \Pi^{ані} \pm \Pi^{ані},$$

где: $\Pi^{ані}$ – цена i-аналога после внесения поправок в соответствии с этапами 1 – 3 (таблица 1).

6. Осуществляется переход от рыночной цены i-аналога, как единого объекта недвижимости, к удельной цене объекта капитального строительства i-аналога в соответствии с обоснованной оценщиком единицы сравнения, $\Pi_{скоруд}^{ані}$:

$$\Pi_{скоруд}^{ані} = \Pi_{скор}^{ані} / S_{ОКС}^{ані},$$

где: $S_{ОКС}^{ані}$ – площадь объекта капитального строительства в составе i-аналога.

Реализовав на практике приведенную выше методику, оценщик далее вносит поправки в $\Pi_{скоруд}^{ані}$ на различия между характеристиками объекта капитального строительства в составе i-аналога и объекта капитального строительства в составе объекта оценки (таблица 1, этап 5). В выполнении подобных поправок в практике оценки накоплен значительный опыт.

Список литературы

1. Балтин В.Э. Особенности оценки недвижимости в составе залоговых отношений // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1; URL: www.science-education.ru/121-18617.
2. Балтин В.Э. Повышение качества оценочных услуг // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2013. – № 4. – С. 14 – 19.
3. Федеральный стандарт оценки «Оценка недвижимости (ФСО 7)». Утв. приказом Минэкономразвития от 25.09.2014 г. № 611[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=160678>.

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК МЕТОД ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Барабанщикова Елена Борисовна

магистрант, Оренбургский филиал «РЭУ им. Г.В.Плеханова», г. Оренбург

Кузьмина Ирина Григорьевна

к.э.н., доцент, Оренбургский филиал «РЭУ им. Г.В.Плеханова», г. Оренбург

BUDGETING AS A METHOD IN THE PLANNING

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрены основные понятия, виды, методы, функции бюджетирования.

Проанализированы характерные особенности этого процесса сравнения своей деятельности с лучшими компаниями на рынке и в отрасли. Выявлена и обоснована необходимость применения методов и способов бюджетирования для успешного развития и совершенствования бизнеса любой компании.

ABSTRACT

This article describes the basic concepts, types, methods, functions of budgeting. Analyzed the characteristics of this process, comparing its activities with the best companies in the market and in the industry. Identified and justified the need for methods and ways of budgeting for the successful development and improvement of the business of any company.

Ключевые слова: бюджет, бюджетирование, планирование, бюджет текущих затрат, бюджет капитальных затрат.

Keywords: budget, budgeting, planning, budget, current expenditure, capital expenditure.

Совершенствование систем управления предприятием предполагает проведение комплекса мер, способствующих повышению конкурентоспособности бизнеса. Планирование – одна из составных частей управленческого цикла. Добиться эффективного использования собственных и привлеченных ресурсов возможно при условии разработки детального плана действия организации. Планирование включает этапы определения целей и задач разрабатываемых мероприятий, рассмотрения различных вариантов их проведения, выбора оптимального варианта [1, с.325].

Принципиальная особенность современного внутрифирменного планирования связана с тем, что оно носит регулирующее – направляющий характер основываясь на

системном применении научных прогнозов, проектов и программ, балансовых расчетов, бюджетирования и методов оптимизации принимаемых решений для определения стратегических целей и конъюнктурно-тактических задач при решении проблем развития предприятия.

Стратегическое планирование и контроль результатов и их компонентов стали невозможными без формирования бюджета как основного инструмента управления, обеспечивающего точной, полной и своевременной информацией высшее руководство. С его помощью должны осуществляться разработка стратегии эффективного развития предприятий в условиях конкуренции и нестабильности [1, с.412].

Бюджетирование представляет собой информационную систему внутрипроизводственного управления, использующую определенные финансовые инструменты, называемые бюджетами.

Бюджеты могут быть составлены как для предприятия в целом, так и для его подразделений.

Общий (основной) бюджет — это скоординированный по всем подразделениям и функциям план работы предприятия в целом, объединяющий блоки отдельных бюджетов и характеризующий информационный поток для принятия и контроля управленческих решений в области финансового планирования.

В основном бюджете в количественном выражении рассматриваются будущая прибыль, денежные потоки и поддерживающие планы. Основной бюджет представляет итог многочисленных обсуждений и решений о будущем предприятия, обеспечивает как оперативное, так и финансовое управление.

Расчеты, осуществляемые в процессе формирования бюджета предприятия, позволяют в полном объеме и своевременно определить необходимую сумму денежных средств на реализацию принятых решений, а также источники поступления этих средств (собственные, кредитные, средства инвестора).

Экономически эффективная деятельность организации возможна только в том случае, если она имеет четко заданные достаточно напряженные, но реальные для выполнения стоимостные параметры доходов и расходов.

Сущность бюджетирования состоит в разработке взаимосвязанных планов производственно-финансовой деятельности организации, ее подразделений исходя из текущих и стратегических целей функционирования, контроля за выполнением этих планов, в использовании корректирующих воздействий на отклонения от параметров их исполнения. В информационном отношении — это система, интегрирующая результаты процессов планирования, учета, контроля и анализа стоимостных показателей деятельности организации [2, с.215].

При рассмотрении бюджетирования как процесса необходимо выделить три его основных элемента:

1. организационное обеспечение касается вопросов внутрифирменной организации подразделений и служб предприятия, которые несут ответственность за обеспечение и поддержание самого процесса бюджетирования, а также предусматривает выбор лица, отвечающего за правильное и своевременное выполнение процесса.
2. процесс бюджетирования, который разбивается на отдельные процедуры: планирование, исполнение бюджетов, сбор и анализ фактических данных - при этом должен быть разработан и утвержден регламент, с помощью которого контролируется выполнение всех указанных процедур.
3. технология бюджетирования включает в себя формирование и консолидацию бюджетов предприятия. Для этого разрабатывается финансовая структура предприятия, представляющая собой совокупность центров ответственности. Для каждого из них отдельно формируются соответствующие бюджеты [2, с.217].

Для полного осмысления бюджетирования необходимо перечислить функции, которые оно выполняет:

- 1) аналитическая: переосмысление бизнес-идеи; коррекция стратегии; постановка дополнительных целей; анализ операционных альтернатив;
- 2) финансовое планирование: планирует и тем самым обдумывает будущее;
- 3) финансовый учет: делает необходимым учитывать и обдумывать совершенные действия в прошлом и тем самым помогает принимать правильные решения в будущем;
- 4) финансовый контроль: позволяет сравнивать поставленные задачи и полученные результаты; выявляет слабые и сильные стороны;
- 5) мотивационная: осмысленное принятие плана; ясность постановки целей; наказание за срыв; поощрение за выполнение и перевыполнение;
- 6) координационная: координация функциональных блоков оперативного планирования;
- 7) коммуникационная: согласование планов подразделений компании; нахождение компромиссов; закрепление ответственности исполнителей.

Методы, используемые в системе бюджетирования, подразделяются на планирующие, учетные, контролируемые, аналитические. При бюджетном планировании широко используются прогностические и статистические методы, бюджетный метод; при бюджетном контроле, учете и анализе — методы финансового и управленческого учета затрат, и нормативный метод, математические методы экономического анализа. Бюджетный метод является совокупностью специфических методик бюджетного планирования, позволяющих «смоделировать» деятельность предприятия через особый экономический инструмент — бюджеты. [3, с.425]

Система бюджетирования предполагает многовариантный анализ финансовых последствий реализации намеченных планов, предусматривает анализ различных сценариев изменения финансового состояния предприятия, оценки финансовой устойчивости в изменяющихся условиях внешней хозяйственной среды.

Бюджетирование на предприятии выполняет три основные функции:

1. Функция планирования. Данная функция является самой важной. Бюджетирование является основой для внутрифирменного планирования. Исходя из стратегических целей предприятия, бюджеты решают задачи распределения финансовых ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия. Разработка бюджетов придает количественную определенность выбранным перспективам деятельности предприятия, все затраты и результаты приобретают денежное выражение. Бюджетирование способствует правильному и четкому целеполаганию на предприятии, разработке стратегии бизнеса.
2. Функция прогноза. Сущность данной функции заключается в расчете прогнозных показателей по выполнению плановых заданий на основе соответствующего учета, прежде всего бухгалтерского.
3. Функция анализа. Является также немаловажной для предприятия. Разумеется, как бы ни был хорош план, он остается бесполезным, если нет эффективного анализа его осуществления. Бюджет представляет собой набор показателей или критериев, которые должны использоваться при анализе деятельности предприятия. Путем непрерывного сопостав-

ления фактических данных с плановыми показателями можно оценивать деятельность на любом этапе, бюджетное планирование позволяет выявить отклонения деятельности от того, что предполагалось бюджетом, и скорректировать действия.

В общем случае в процессе бюджетирования выполняются следующие задачи:

1. Оценка эффективности работы предприятия, за счет сравнения достигнутых результатов с плановыми.
2. Установление перспективных целей и их выполнение в текущих планах развития предприятия, на основе долгосрочного прогнозирования.
3. Контроль и анализ деятельности отдельных подразделений предприятия на основе показателей, устанавливаемых для каждого подразделения.
4. Контроль и анализ, деятельности всего предприятия в целом на основе общефирменных целевых показателей.
5. Планирование и контроль денежных потоков предприятия [3, с.211].

Мировая практика выявила в системе бюджетирования положительные и отрицательные стороны.

Достоинства бюджетирования заключаются в том, что оно:

оказывает положительное воздействие на мотивацию и настрой коллектива, позволяет координировать работу предприятия в целом, анализ бюджетов позволяет

своевременно вносить корректирующие изменения, позволяет учиться на опыте составления бюджетов прошлых периодов, позволяет усовершенствовать процесс распределения ресурсов, служит инструментом сравнения достигнутых и желаемых результатов.

К недостаткам бюджетирования относятся:

сложность и дороговизна системы бюджетирования, если бюджеты не доведены до сведения каждого сотрудника, то они не оказывают практически никакого влияния на мотивацию и результаты работы, а вместо этого воспринимаются исключительно как средство для оценки деятельности работников и отслеживания ошибок, противоречие между достижимостью целей и их стимулирующим эффектом: если достичь поставленных целей слишком легко, то бюджет не имеет стимулирующего эффекта для повышения производительности; если достичь целей слишком сложно, - стимулирующий эффект пропадает, поскольку никто не верит в возможность достижения целей, малейшие изменения требований к системе бюджетирования в части детализации плановых и отчетных данных или организационные изменения в компании, приводят к необходимости начинать работу по внедрению заново [3, с.212].

В российской практике выделяют типы бюджетов, которые, несмотря на общие закономерности и принципы организационного построения, чрезвычайно разнообразны. Их можно классифицировать по следующим признакам (таблица 1.)

Таблица 1

Классификация бюджетов по основным классификационным признакам

Классификационный признак	Вид бюджета
По сферам деятельности предприятия	Бюджет по операционной деятельности – детализирует в рамках соответствующего временного периода содержание показателей, отражаемых в текущем плане доходов и расходов по операционной деятельности
	Бюджет по инвестиционной деятельности – направлен на соответствующую детализацию показателей текущего плана доходов и расходов по этой деятельности
	Бюджет по финансовой деятельности – призван соответствующим образом детализировать показатели текущего плана поступления и расходования денежных средств
По видам затрат	Текущий бюджет (бюджет текущих затрат) – состоит из двух разделов: текущих расходов, представляющих собой издержки производства (обращения) по рассматриваемому виду операционной деятельности и доходов от текущей хозяйственной деятельности, сформированными в основном за счет реализации продукции (товаров, услуг)
	Капитальный бюджет (бюджет капитальных затрат) – представляет собой форму доведения до конкретных исполнителей результатов текущего плана капитальных вложений, разрабатываемого на основе осуществления нового строительства, реконструкции и модернизации основных фондов, приобретения новых видов оборудования и нематериальных активов и т.д.
По широте номенклатуры затрат	Функциональный бюджет - разрабатывается по одной (или двум) статьям затрат – например, бюджет оплаты труда персонала и т.д.
	Комплексный бюджет - разрабатывается по широкой номенклатуре затрат – например, бюджет производственного участка, бюджет административно-управленческих расходов и т.п.
По методам разработки	Фиксированный бюджет - не изменяется от изменения объемов деятельности предприятия – например, бюджет расходов по обеспечению охраны предприятия.
	Гибкий бюджет предусматривает установление планируемых текущих или капитальных затрат не в твердо фиксируемых суммах, а в виде норматива расходов, «привязанных» к соответствующим объемным показателям деятельности.
По длительности планируемого периода	Ежедневный, понедельный, месячный, квартальный, годовой
По периоду составления	Оперативный бюджет – бюджет, прямо связанный с достижением целей предприятия, например, план производства, материально-технического снабжения
	Текущий бюджет – краткосрочный бюджет, направленный на планирование текущих целей предприятия

Классификационный признак	Вид бюджета
	Перспективный бюджет – бюджет генерального развития бизнеса и долгосрочной структуры организации
По непрерывности планирования	Самостоятельный бюджет – изолированный, независимый от других бюджетов
	Непрерывный (скользящий) бюджет - по мере того, как заканчивается месяц или квартал, к бюджету добавляется новый
По степени содержания информации	Укрупненный бюджет – бюджет, в котором основные статьи доходов и расходов указываются укрупнено
	Детализированный бюджет – бюджет, в котором все статьи доходов и расходов расписываются полностью по всем составляющим

Бюджет должен представлять информацию доступным и ясным образом так, чтобы его содержание было понятно пользователю. Избыток информации затрудняет понимание значения и точности данных, недостаточность информации может привести к непониманию основных ограничений и взаимосвязей данных, принятых в документе. Бюджет может не содержать одновременно и доходы, и расходы, нет необходимости, чтобы они были сбалансированы. Например, бюджет использования материалов содержит только планируемые расходы сырья и полуфабрикатов.

Бюджет предприятия всегда разрабатывается на определенный временной интервал, который называется бюджетным периодом. Правильный выбор продолжительности бюджетного периода является важным фактором эффективности бюджетного планирования предприятия.

Внутри бюджетного периода каждый из бюджетов имеет разбивку на подпериоды. Бюджетирование — процесс составления и реализации данного документа в практической деятельности предприятия. Бюджетный процесс не ограничивается лишь стадией составления сводного бюджета. Вообще процесс представляет собой замкнутый контур финансового управления, включающий три последовательных этапа: этап разработки и проекта сводного бюджета; утверждение проекта бюджета и включение его в структуру научно обоснованного бизнес-плана организации; анализ исполнения бюджета по итогам текущего года.

Бюджетный цикл включает период времени от начала первого этапа до завершения третьего. Бюджетный процесс должен быть непрерывным, то есть завершение анализа исполнения бюджета текущего года должно совпадать по времени с разработкой бюджета следующего года. Таким образом, анализ исполнения бюджета — это одновременно и отправная, и завершающая стадия бюджетного цикла [2, с.112].

Важным фактором, определяющим эффективность реализации процесса бюджетирования, является точное

следование иерархии целей, целевых показателей, мероприятий и бюджетов, затрагивающих несколько уровней управления. Основным элементом в данном случае является иерархия целей.

Цели нижнего уровня управления должны соответствовать целям верхнего уровня управления. Только так на предприятии может быть выстроена эффективная стратегия развития. Целевые показатели, являющиеся количественными измерителями целей, также должны быть связаны между собой четкой иерархической зависимостью. Однако это не означает, что показатели на всех уровнях управления должны быть одними и теми же. Связь между показателями должна строиться в соответствии со связью между экономическими явлениями, которые эти показатели отражают.

Что касается мероприятий, то здесь иерархическая связь может быть двух видов. Первый вид мероприятий проводится централизованно на верхнем уровне управления и затрагивает ряд подразделений, в которых разрабатываются свои мероприятия, но в русле проводимого «наверху». Второй же вид реализуется только на нижнем уровне и связан с верхним уровнем управления через бюджеты.

Таким образом, использование бюджетирования в деятельности компании, необходимое условие успеха бизнеса. Системная логика, развитая методология и методы, на которых базируется бюджетирование, являются существенным преимуществом в улучшении менеджмента компании и выводе его на конкурентный уровень.

Список литературы

1. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента. М.: Финансы и статистика, 2011 - 528 с.
2. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами М.: Финансы и статистика, 2012 - 624 с.
3. З.Хруцкий В.Е., Сизова Т.В., Гамаюнов В.В. Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования.- М.: Финансы и статистика, 2013. – 400 с.

ОЦЕНКА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКРОТСТВА

Берлезева Ольга Николаевна

студентка 4 курса, Филиал Южного Федерального университета, г. Новошахтинск

Белоусова Людмила Федоровна

ст. преподаватель кафедры менеджмента и экономики, Филиал Южного Федерального университета, г. Новошахтинск

THE ASSESSMENT OF DOMESTIC METHODS OF FORECASTING OF BANKRUPTCY

Berlizeva Olga Nikolaevna, the 4th year student, A branch of the southern Federal University, Novoshakhtinsk

Belousova Lyudmila Fedorovna, senior lecturer, Department of management and Economics, A branch of the southern Federal University, Novoshakhtinsk

АННОТАЦИЯ

Для любого действующего предприятия необходимо проводить кризисную диагностику и прогнозировать возможное банкротство с целью своевременного принятия управленческих решений по преодолению кризисных ситуаций. Для диагностики вероятности банкротства используются различные экономико-математические модели. В данной публикации проведена оценка методического инструментария моделей банкротства отечественных авторов.

Ключевые слова: отечественные методы прогнозирования банкротства; многокритериальные модели; модели скоррингового анализа; модель Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова; четырехфакторная математическая модель прогноза банкротства Иркутской ГЭА.

ABSTRACT

For any active enterprise it is necessary to conduct crisis diagnosis and predict possible bankruptcy for the purpose of timely management decision-making for crisis situations. To diagnose the probability of bankruptcy used by various mathematical models. In this publication, assessed methodological Toolkit of models of bankruptcy of Russian authors.

Keywords: domestic methods of forecasting of bankruptcy; multicriteria models; models skorringovye analysis; model Saifullin R. S. and G. G. Kadykova; chetyrehvektor mathematical model for prediction of bankruptcy of the Irkutsk HEA.

Для диагностики вероятности банкротства используются различные экономико-математические модели. Вместе с тем, методик, позволяющих с достаточной степенью достоверности прогнозировать неблагоприятный исход, практически нет, а вопрос целесообразности применения в российской практике зарубежных методов оценки риска банкротства из-за различий в макроэкономической ситуации остается дискуссионным, что относит

к числу приоритетных вопросов отечественной практики проблему оценки методического инструментария риска банкротства.

Модели детерминированного анализа, применяемые в целях диагностики вероятности банкротства отечественными учеными, представлены на рисунке 1.

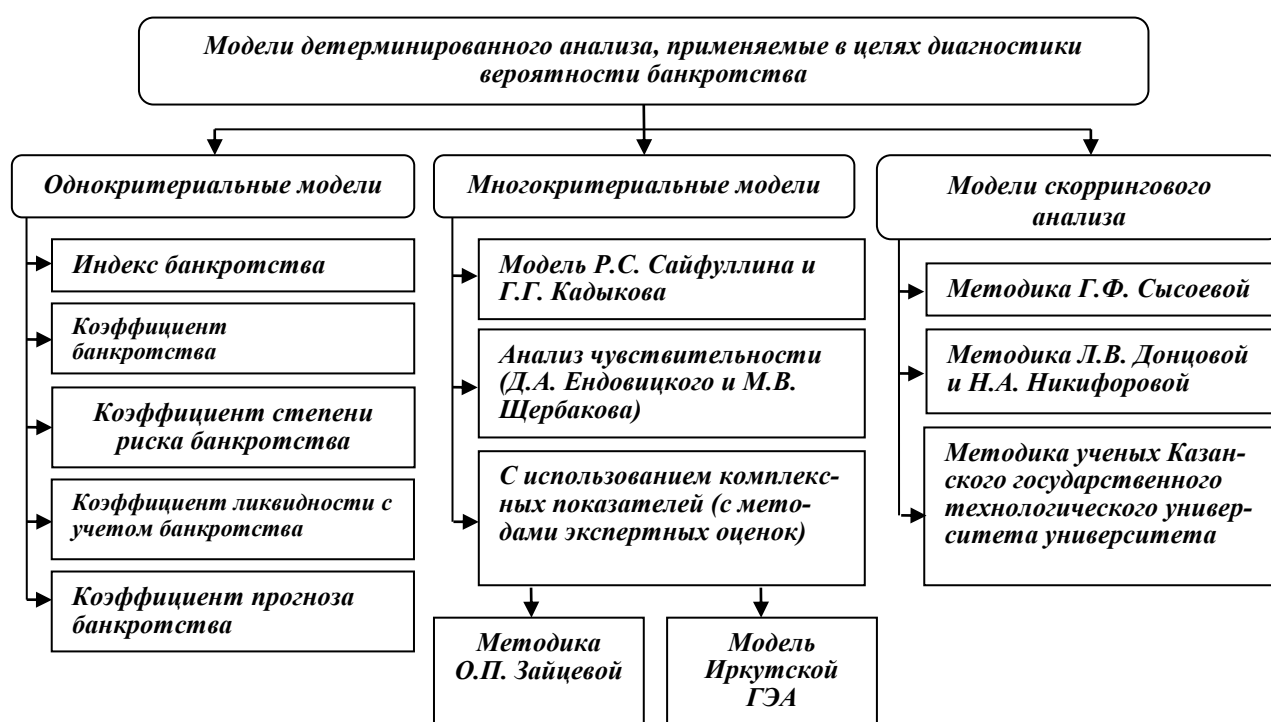


Рисунок 1. Основные отечественные модели детерминированного анализа, применяемые в целях диагностики вероятности банкротства

Применение однокритериальных моделей на практике не всегда оправдано, т.к. может привести к необъективным результатам в связи с использованием только одного показателя, причем, все частные показатели, как правило, сводятся к характеристике ликвидности.

В основе многокритериальных моделей лежит расчет интегрального показателя, включающего наличие весов значимости каждого из агрегируемых частных показателей. Например, на основе зарубежных методов российскими авторами был разработан ряд моделей диагностики банкротства, адаптированных к российским условиям. В частности, Р.С. Сайфуллиным и Г.Г. Кадыковым [3]

предложено использовать для оценки банкротства предприятий рейтинговое число (таблица 1).

Финансовое состояние предприятий с рейтинговым числом менее единицы характеризуется как неудовлетворительное. В отечественной практике получила распространение четырехфакторная модель прогноза банкротства, разработанная в Иркутской государственной экономической академии (рисунок 2).

Практика применения многокритериальных моделей показала их достаточно высокую точность прогноза банкротства, широкий круг охватываемых показателей и исключение их дублирования, простоту оценки (на базе информации, содержащейся в финансовой отчетности).

Однако их использование в отечественной практике имеет ряд недостатков:

- весовые константы частных показателей моделей и их критериальные границы требуют периодического уточнения с учетом временного лага;
- весовые значения устанавливаются преимущественно на основе экспертных оценок, для которых характерна высокая степень субъективизма.

Модели скорингового анализа базируются на группировке предприятий по степени риска, исходя из фактического значения показателей, которые могут сравниваться с нормативными, среднеотраслевыми или с экспертно установленными. В качестве примера можно привести методику балльной оценки финансового состояния Л.В. Донцовой и Н.А. Никифоровой [2, с.153].

Таблица 1

Алгоритм расчета рейтингового числа по методике Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова

Условные обознач.	Показатель	Алгоритм расчета	Весовые значения
Ко	Коэффициент обеспеченности собственными средствами	Собственный оборотный капитал	2
Ктл	Коэффициент текущей ликвидности	Оборотные активы	0,1
Ки	Коэффициент оборачиваемости активов	Оборотные активы	0,08
Км	Коммерческая маржа	Краткосрочные обязательства	0,45
Кпр	Рентабельность собственного капитала	Выручка от продаж	1
		Совокупные активы	
		Прибыль от продаж	
		Выручка от продаж	
		Чистая прибыль	
		Собственный капитал	
R	Рейтинговое число	$2K_o + 0,1K_{тл} + 0,08K_i + 0,45K_m + K_{пр}$	X

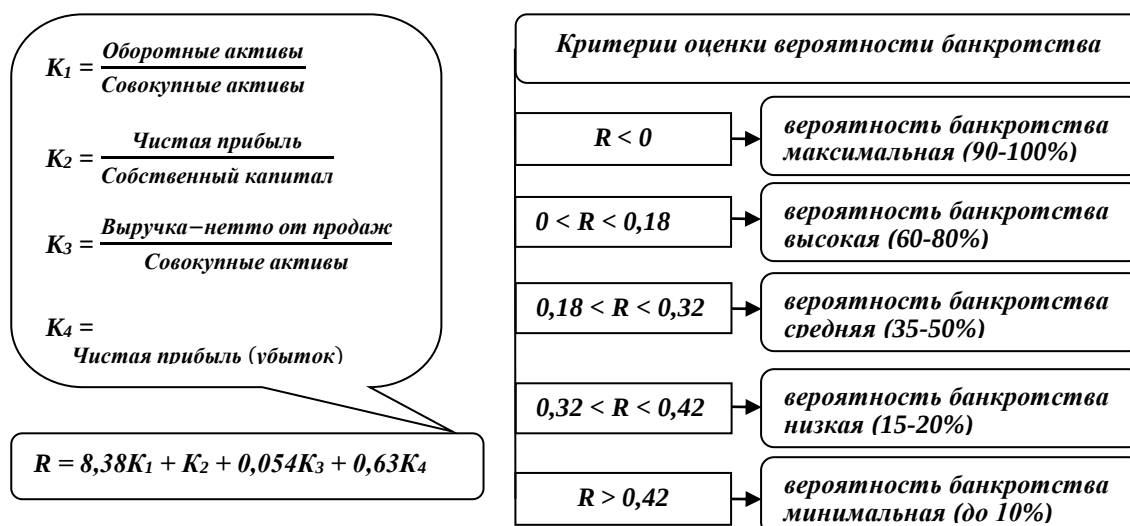


Рисунок 2. Четырехфакторная математическая модель прогноза банкротства Иркутской государственной экономической академии

С целью скорректировать методику прогнозирования банкротства с учетом специфики отраслей была разработана методика учеными Казанского государственного технологического университета. Они предложили деление всех предприятий по трем классам кредитоспособности исходя из степени ликвидности оборотных активов [1, с.54]. Вместе с тем возможны трудности в определении точного рейтинга предприятия из-за вероятности отнесения организации к разным классам (исходя из их границ) согласно критериям, а также необходимости сравнения фактических значений коэффициентов с нормативными.

В заключение следует отметить, что, так как в России по сравнению с экономически развитыми странами опыт рыночного функционирования предприятий небольшой, отечественные модели прогнозирования банкротства не обеспечивают достаточную степень их надежно-

сти, целесообразно использовать несколько моделей вероятности банкротства. Многообразие подходов к оценке вероятности банкротства, отсутствие единой методики, многокритериальность показателей требуют дальнейшего совершенствования существующих методик диагностики банкротства в направлении устранения недостатков, но при сохранении явных преимуществ отдельных подходов.

Литература

1. Банк В.Р., Банк СВ., Солоненко А.А. Бухгалтерский учет и аудит в условиях банкротства: учеб. пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011. – 296 с.
2. Донцова Л. В. Анализ финансовой отчетности: Учебник / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и Сервис, 2012. – 368 с.
3. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфуллин – М.: Инфра-М, 2011. – С. 126-149.

СЕКТОР МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Белоусова Людмила Федоровна

ст. преподаватель кафедры менеджмента и экономики, Филиал Южного Федерального университета,
г. Новошахтинск

Напрасникова Елена Сергеевна, Оброткина Наталья Алексеевна

студентки 4 курса, Филиал Южного Федерального университета, г. Новошахтинск

THE SMALL BUSINESS SECTOR OF RUSSIA: STATE, PROBLEMS AND WAYS OF THEIR OVERCOMING

Belousova Lyudmila Fedorovna, senior lecturer, Department of management and Economics, A branch of the southern Federal University, Novoshakhtinsk

Naprasnikova Elena Sergeevna, the 4th year student, A branch of the southern Federal University, Novoshakhtinsk

Obrotkina Natalia Alekseevna, the 4th year student, A branch of the southern Federal University, Novoshakhtinsk

АННОТАЦИЯ

В статье на основе данных статистики и социологических опросов проведена оценка состояния малого предпринимательства в России, основных проблем данного сектора российской экономики, а также путей их преодоления.

Ключевые слова: малый бизнес России; состояние малого предпринимательства; проблемы малого предпринимательства; пути успешного функционирования малого бизнеса.

ABSTRACT

In article on the basis of statistical data and sociological surveys held Dan's assessment of the state of small business in Russia, the main problems of this sector of the Russian economy and ways to overcome them.

Key words: small business of Russia; the state of small business; problems of small business; the successful operation of small businesses.

Успешное функционирование малого бизнеса является одним из условий перехода России к полноценному цивилизованному рынку, устойчивому развитию экономики, обеспечению социальной стабильности, что обуславливает актуальность вопросов состояния и проблем в развитии малого предпринимательства, а также путей их преодоления.

Критерии, по которым фирмы относят к субъектам малого бизнеса, перечислены в статье 4 Федерального закона 209-ФЗ [2], среди которых объем предельной вы-

ручки от реализации товаров (работ, услуг) за предыдущий год без учета НДС – 400 млн. руб. (для микропредприятий – 60 млн. рублей) [1], предельной численности работников – 100 человек (для микропредприятий – 15 человек).

Несмотря на государственную поддержку малого бизнеса, малое предпринимательство России отстает по количественным и качественным показателям своего развития от стран с развитой рыночной экономикой. Для сравнения на рисунке 1 представлена доля малого бизнеса в ВВП различных стран [4].

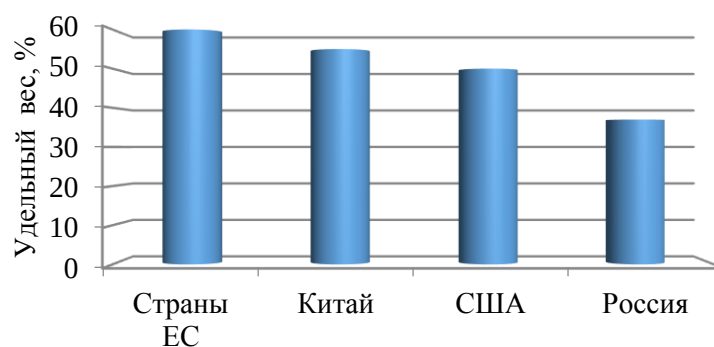


Рисунок 1. Доля малого бизнеса в ВВП различных стран

Характеризуя состояние малого бизнеса, следует отметить, что при общем числе малых предприятий 2063,1 тыс. ед. (включая микропредприятия) преимущественной сферой их бизнеса выступает торговля и общественное питание (42,0%), а также операции с недвижимым имуществом и услуги по аренде (20,3%) (рисунок 2) [7, с.311].

Из общей численности персонала малых предприятий 11,7 млн. чел. в промышленности занято всего 1,9

млн. чел., в строительстве – 1,6 млн. чел., в сельском хозяйстве – 0,5 млн. чел.

Для объективной оценки динамики развития малого бизнеса применяют показатели числа малых предприятий в расчете на 1000 чел. населения (рисунок 3) и объема производимой ими продукции и оказываемых услуг в процентах к ВВП (рисунок 4).

Очевидна огромная роль малого предпринимательства в экономике России. Однако данные рисунков 3-

4 свидетельствуют, что наряду с неуклонным ростом числа предприятий малого бизнеса наблюдалась динамика спада качественных характеристик их деятельности. Причем, прогноз о достижении еще к 2000 году объема производимой ими продукции (работ, услуг) в размере

45 % ВВП так и не был достигнут. А средний срок жизни большинства малых предприятий в России не превышает 3 лет [4].

Кратко рассмотрим основные проблемы малых предприятий (рисунок 5).

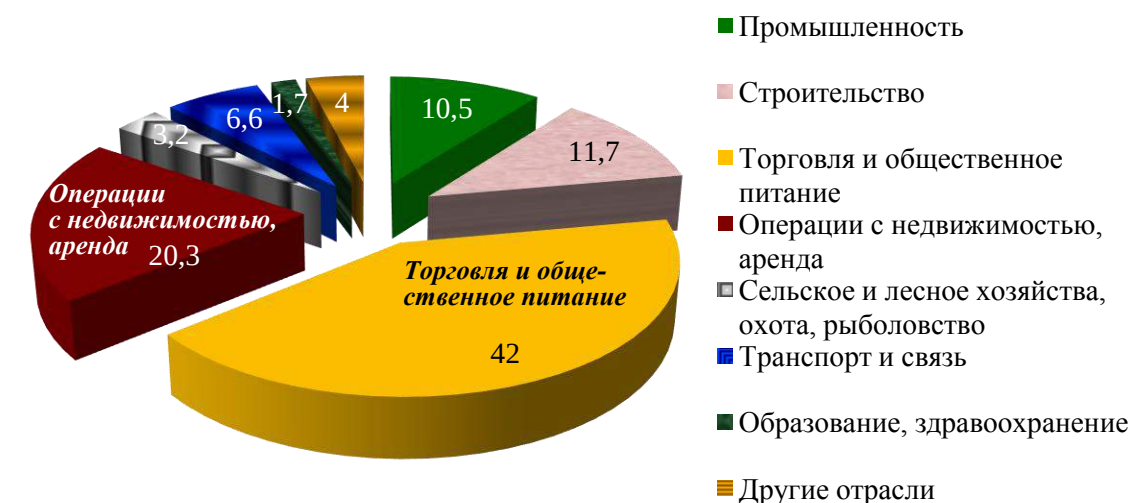


Рисунок 2. Доля малых предприятий по видам экономической деятельности

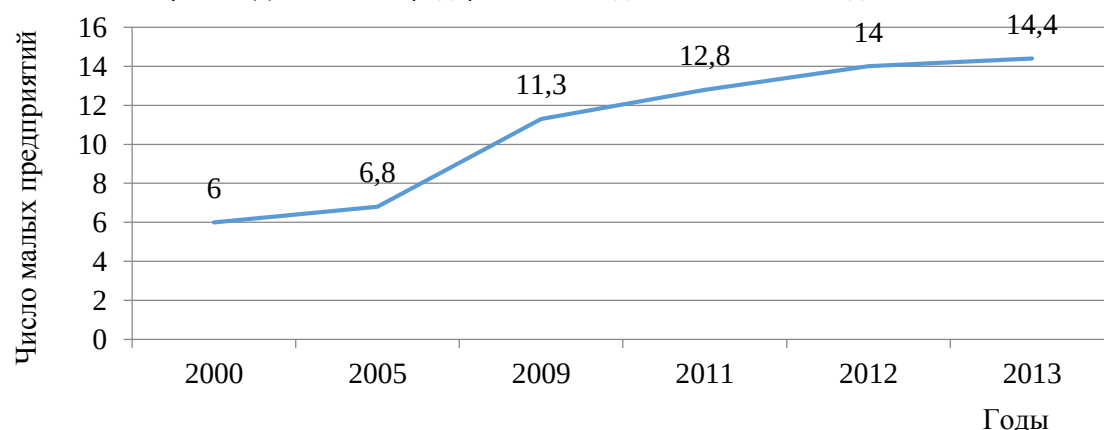


Рисунок 3. Динамика числа малых предприятий (без учета индивидуальных предпринимателей, без права образования юридического лица) в расчете на 1000 чел. Населения

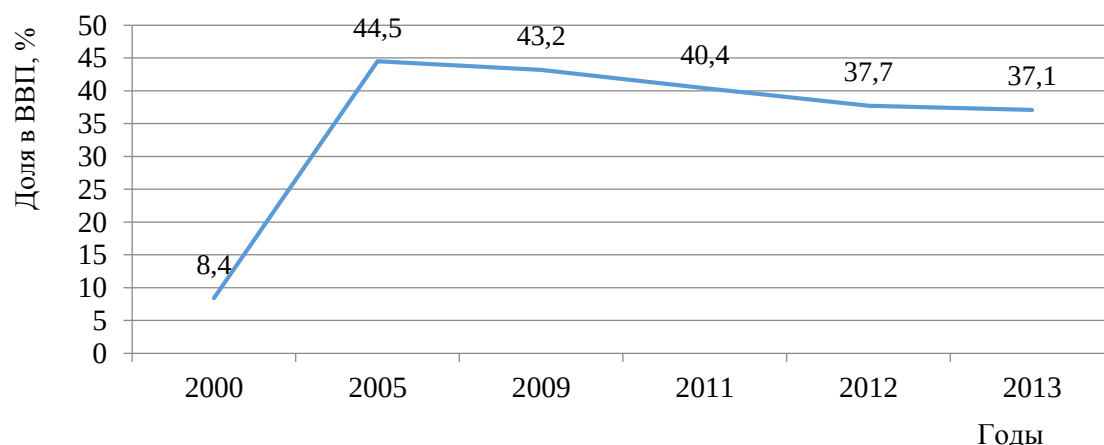


Рисунок 4. Динамика доли объема оборота малых предприятий в ВВП России

Проблема дефицита материально-технических ресурсов в условиях недостатка собственного капитала обостряется недоступностью кредитных ресурсов. В условиях галопирующей инфляции привлечение кредитов и займов в результате их высоких учетных ставок обеспечит

лишь кратковременную финансовую передышку, затем грянут более серьезные проблемы, связанные с возвратом заемных средств. Да и с позиции банков предоставление кредита малому бизнесу влечет слишком высокие риски, обусловленные непрозрачностью малого бизнеса,

отсутствием кредитных историй, недостаточностью ликвидных залогов, риском невозврата кредита.

По результатам исследования агентства Magram Market Research, Промсвязьбанка и «Опоры РОССИИ» основные внешние проблемы малый бизнес видит в падении рубля и зависимости от импорта (это касается суммарно 66% опрошенных предпринимателей в той или иной степени).

Бизнес ищет новые возможности, так 47% предпринимателей подбирают более выгодные импортные поставки, а 38% – отечественные аналоги. При этом только 7% предпринимателей на начало 2015 года успешно провели импортозамещение и лишь 9% решили сами взяться за производство необходимых составляющих [5]. Инвестировать малый бизнес большинство предпринимателей в 2015 году не планируют.



Рисунок 5. Проблемы малого предпринимательства

Сфера малого предпринимательства в России развивается при минимальной поддержке со стороны государства, т. к. у российского малого бизнеса практически отсутствуют сколь-нибудь существенные налоговые льготы. Система законодательства не позволяет малому бизнесу применять льготы и преференции, широко распространенные в странах с развитой рыночной экономикой, отсутствует дифференциация размеров штрафных санкций в зависимости от объема бизнеса. Например, эффект от закона о малой приватизации и преимущества упрощенной системы налогообложения фактически сводятся к нулю с введением налога на недвижимое имущество. Согласно последним поправкам, внесённым в Налоговый кодекс, такой налог с 2015 года будут вынуждены платить субъекты малого и среднего предпринимательства (речь идет только об организациях), которые работают по УСН и ЕНВД [3].

Следует отметить, что в сфере регистрации малого бизнеса в последние годы был проведен ряд реформ по упрощению и сокращению числа процедур, необходимых для открытия бизнеса. По данным доклада «Ведение бизнеса в России – 2012», среднее количество процедур, необходимых в России для регистрации предприятия, сокращено до 9, а среднее время их прохождения – до 23 дней

[6]. Принят Закон от 29.12.2014 №477-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» о праве регионов предоставлять двухлетние налоговые каникулы для впервые зарегистрированных предприятий, планируется снизить размер административных штрафов для малого и среднего бизнеса.

По нашему мнению, основными путями преодоления указанных проблем в развитии малого бизнеса являются:

- кадровое обеспечение и подготовка специалистов для малого предпринимательства;
- формирование региональными (муниципальными) органами власти агентств по поддержке малого предпринимательства, включая финансовую (субсидии, предоставление целевых льготных кредитов, льготы по налогообложению и пр.). Включить в функции данных агентств содействие малым предприятиям в получении государственных заказов и заключении контрактов с крупными компаниями, содействие в структурной перестройке экономики и в привлечении инвестиций;
- разработка программы льготного кредитования. Так Минэкономразвития разрабатывает механизмы кредитования малого и среднего бизнеса по целевой ставке не выше 10% годовых. Для этого

Внешэкономбанк планирует привлечь средства Фонда национального благосостояния (ФНБ);

- анализ и изучение зарубежного опыта развития малого и среднего бизнеса с целью разработки программ поддержки российского предпринимательства;
- развитие информационных технологий в сфере поддержки малого предпринимательства, в частности, внедрение электронного документооборота в органах, осуществляющих регистрацию ИП; создание базы данных по имуществу, которое может быть передано в аренду или продано субъектам малого предпринимательства;
- правительственная поддержка малых инновационных компаний, в том числе за счет средств федерального бюджета, предусмотренных на поддержку малого и среднего бизнеса Основными направлениями бюджетной политики на 2013 год и плановый период 2014 и 2015 годов (запланировано направить в регионы 67,8 млрд. рублей);
- снижение налогового бремени для малого бизнеса. Например, введение в течение 3-5 лет моратория на рост налоговой нагрузки, возврат прежней (применяемый до 2010 года) ставки страховых взносов во внебюджетные фонды в размере 14%;
- повышение максимального размера доходов, установленных в качестве предела для перехода на упрощенную систему налогообложения.

В заключение следует отметить, что успешное развитие предпринимательства при целенаправленной пра-

вительственной поддержке выступает залогом политической стабильности и демократического развития общества.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 09.02.2013 N 101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».
2. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
3. Федеральный закон от 02.04.2014 N 52-ФЗ (ред. от 24.11.2014) «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 07.04.2014, N 14, ст. 1544.
4. Григорьева Э. Большие проблемы «малышей» «НИ (новые известия)» за 3 Марта 2014 г. / Э. Григорьева. – Режим доступа: <http://www.newizv.ru/economics/2014-03-03/197951-bolshie-problemy-malyshej.html>
5. Малый бизнес в ожидании кризиса. Новости ОПОРЫ России. 06.03.2015 – Режим доступа: http://www.kdopora.ru/news/news_opora/index.php?ELEMENT_ID=1484
6. Проблемы малого бизнеса в России и пути их решения – Режим доступа: <http://proffresh.ru/useful/problem-malogo-biznesa-v-rossii-i-puti-ikh-resheniya/>
7. Российский статистический ежегодник. 2014: Стат.сб./Росстат. - М., 2014. – 693 с.

РЕАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

Кучкурдина Татьяна Александровна

студентка 4 курса, Филиал Южного Федерального университета, г. Новошахтинск

Белоусова Людмила Федоровна

ст. преподаватель кафедры менеджмента и экономики, Филиал Южного Федерального университета,

г. Новошахтинск

IMPLEMENTING MODELS OF FINANCIAL MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Cuhrcurdina Tatiana, the 4th year student, A branch of the southern Federal University, Novoshakhtinsk

Belousova Lyudmila Fedorovna, senior lecturer, Department of management and Economics, A branch of the southern Federal University, Novoshakhtinsk

АННОТАЦИЯ

Актуальность рассматриваемой проблемы обусловлена объективной необходимостью совершенствования управления финансовой деятельностью предприятий в современных условиях. В данной статье рассмотрена проблема реализации рекомендуемой автором действенной модели управления, ориентированной на достижение текущих и стратегических целей в условиях растущего значения финансовой составляющей бизнеса в мировой экономике.

Ключевые слова: модель управления финансовой деятельностью предприятия; цели и задачи управления финансовой деятельностью; система информационной поддержки принятия решений.

ABSTRACT

The relevance of the problem is caused by the need to improve financial management of enterprises in modern conditions. This article considers the problem of implementation recommended by the author of effective management model,

focused on the achievement of tactical and strategic objectives into the context of the growing importance of the financial component of the business in the global economy.

Key words: model financial management of the enterprise; the goals and objectives of financial management; the system of information support of decision making.

Необходимость совершенствования системы управления усилена усложнением процессов управления финансовой деятельностью предприятия в современных условиях нестабильности, которые характерны не только для российской экономики, но и мировой хозяйственной системы. На многих отечественных предприятиях действующая система управления финансовой деятельностью не соответствует происходящим в экономике изменениям, о чем свидетельствуют следующие факты:

- отсутствие разработки финансовой стратегии предприятия;
- недостаточная квалификационная подготовка руководителей и специалистов в области финансового управления с учетом современных тенденций;

- отсутствие системы финансового планирования, которая ориентирует предприятие на достижение стратегических и тактических целей;
- отсутствие оперативной информационной поддержки системы управления, регулярного финансового анализа, системы внутреннего контроля, позволяющей сравнивать прогнозируемые показатели с достигнутыми, вскрывать причины отклонений и принимать обоснованные управленческие решения;
- отсутствие мотивации работников в реализации целей и задач и др.

Рекомендуемая автором модель управления финансовой деятельностью предприятия представлена на рисунке 1 [2].



Рисунок 1. Модель управления финансовой деятельностью предприятия

Реализация модели управления финансовой деятельностью предприятий как процесса управленческого труда имеет определенную технологию – совокупность последовательно применяемых приемов и способов достижения целей финансовой деятельности. Таким образом, начинается реализация модели управления финансовой деятельностью с установления определяющей цели управления, а исходя из установленной цели, формируются задачи системы управления. Объекты управления финансовой деятельностью представлены финансовыми ресурсами и источниками их финансирования, а также финансовыми отношениями, которые выражают денежные

связи между всеми субъектами экономических отношений.

Управляющая подсистема модели включает ряд взаимосвязанных и взаимодействующих функциональных подсистем: управление капиталом, управление активами, управление денежными потоками, управление инвестициями, управление финансами, управление финансовыми рисками. Приведем классические цели и задачи управления финансовой деятельностью в разрезе функциональных подсистем (рисунок 2).



Рисунок 2. Цели и задачи управления финансовой деятельностью предприятия в разрезе функциональных подсистем

Среди отмеченных задач следует обратить внимание на следующие важные моменты:

- необходимость проведения анализа различных аспектов финансовой деятельности предприятия, причем, можно использовать как экспресс-анализ, так и углубленный анализ отдельных финансовых операций;
- необходимость организации финансового планирования, которая включает разработку и дальнейший анализ исполнения финансовых бюджетов (бюджета доходов и расходов, бюджета движения денежных средств, прогнозного баланса);
- необходимость мотивации персонала, что обеспечит систему стимулирования реализации принятых управленческих решений в сфере финансовой деятельности через систему поощрения и санкций;
- необходимость организации финансового контроля над реализацией управленческих решений с использованием системы контролируемых показателей путем оперативного реагирования на результаты анализа.

Функционирование любой системы финансового управления осуществляется в рамках действующего правового и нормативного обеспечения. Система информационной поддержки принятия решений должна включать как учетные, так и внеучетные источники информации (рисунок 3).

Основная часть экономической информации приходится на учетную информацию, которая формируется в процессе наблюдения за состоянием объектов управления. Внеучетная информация, включаемая в свой состав нормативно-справочную и плановую информацию, предназначена для прогнозирования и выбора рациональных управленческих решений.

Приоритетным в современных условиях неопределенности становится принятие управленческих решений на основе системного изучения проблем, возникающих на всех уровнях управляющих подсистем, под воздействием макро- и микросреды. В статье «Проблемы управления финансовой деятельностью предприятия в современных условиях» [2] подробно рассмотрен такой механизм предлагаемой модели как банк проблем управления,

проведено обобщение и систематизация современных проблем управления. Исходя из критериев эффективности управления финансовой деятельностью предприятия, проблемы управления можно укрупнено объединить в

четыре направления в разрезе функциональных подсистем управления: управление ликвидностью и платежеспособностью; управление финансовой устойчивостью; управление рентабельностью (прибыльностью); управление деловой активностью предприятия (рисунок 4).

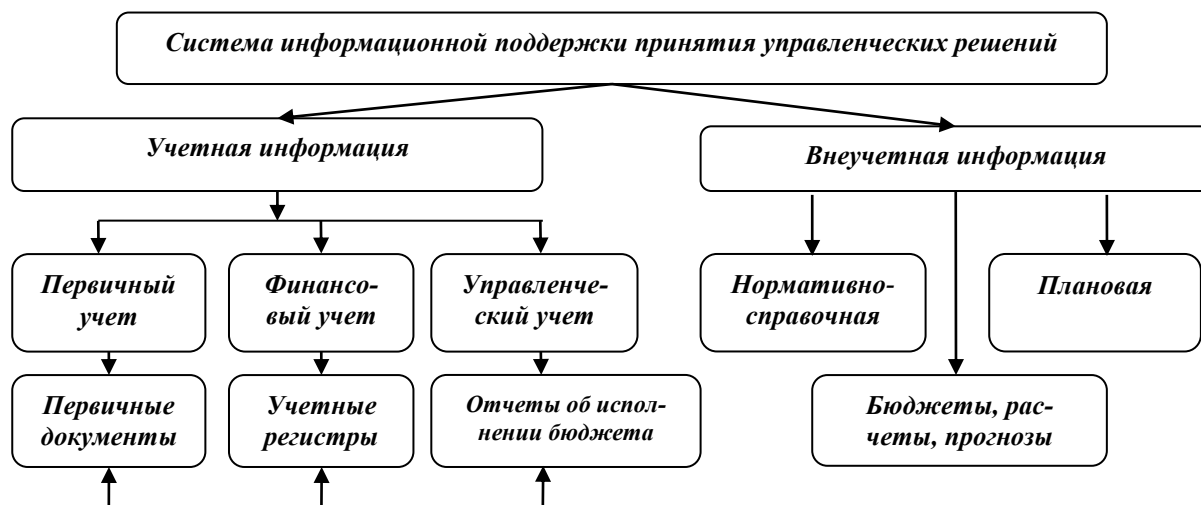


Рисунок 3. Система информационной поддержки принятия решений



Рисунок 4. Алгоритм установления финансовых показателей, характеризующих уровень качества управления

Каждое из этих направлений характеризуется группой финансовых показателей, которые выступают индикаторами стабильности функционирования предприятия, а также характеризуют пороговый уровень качества управления, недостаточность которого и будет свидетельствовать о наличии на предприятии проблем данного направления [1].

Наличие обратной связи между банком проблем управления и информационной базой осуществляется путем организации системы внутренней отчетности, сопоставления фактически достигнутых результатов с показателями бюджетов, анализом отклонений, выявлением проблем и принятием управленческих решений по их ликвидации.

Эффективная реализация модели, особенно в условиях экономической нестабильности, может быть обеспечена только при комплексном подходе к оценке эффективности управления финансовой деятельностью, на основе регулярного анализа управленческой и финансовой информации, применения прогрессивных методов управления. Методы управления финансовой деятельностью многообразны: финансовое планирование, учет, система расчетов, кредитование, налогообложение, система финансовых санкций, страхование, система стимулирования, ценообразование, залоговые операции, финансовое регулирование, финансовый анализ, контроль и др.

Модели управления финансовой деятельностью организации должны учитывать специфику предприятия, т.е. быть уникальными для каждого конкретного субъекта хозяйствования, быть мобильными и основываться на системе стратегических целей и приоритетных направлениях развития бизнеса.

Внедрение в аналитической практике предложенной модели управления обеспечит повышение качества и эффективности управления финансовой деятельностью предприятия, в частности:

- системный и комплексный подход к управлению, обуславливающий рассмотрение исследуемого объекта в качестве системы, предусматривающей единство содержания составных частей и их внутренней взаимозависимости;

- оперативность реагирования на изменения внутренней и внешней среды предприятия; принятие во внимание факторов неопределенности и проблем управления, создание действенного информационного контура обратной связи;
- согласование стратегии развития предприятия и текущих аспектов деятельности; ориентацию финансовых решений, принятых по результатам анализа, на перспективу, на реализацию стратегических целей и задач;
- совершенствование системы контроля и регулирования деятельности организации;
- сопоставимость затрат и результатов, повышение эффективности бизнеса и качества принимаемых управленческих решений.

В конечном итоге адаптация рекомендуемой модели на отечественных предприятиях может существенно содействовать укреплению экономического потенциала страны.

Литература

1. Друкер П. Управление, нацеленное на результат / П. Друкер – М.: Финансы и статистика, 2011. – 234 с.
2. Кучкурдина Т. А. Проблемы управления финансовой деятельностью предприятия в современных условиях [Текст] / Кучкурдина Т. А., Белоусова Л. Ф. // Национальная ассоциация ученых (НАУ). - 2015. - № 3 (8). - С. 16 - 19.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ИНСТРУМЕНТА СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Ульянкин Петр Николаевич

Кандидат экономических наук, Профессор, Калининградский государственный технический университет, г. Калининград

Бессараб Юрий Александрович

*Магистр менеджмента, Калининградский государственный технический университет, г. Калининград
Генеральный директор, Общество с ограниченной ответственностью "Берилл Ком"*

PRACTICAL USE OF INNOVATIVE TOOL NAMED STRATEGIC MARKETING

P.N. Ulyankin, Candidate of Science, professor of Kaliningrad state technical university

Yu.A. Bessarab, Master of Management Kaliningrad state technical university

АННОТАЦИЯ

В статье приведено теоретическое и практическое обоснование работы инновационного инструмента стратегического маркетинга, а также произведен анализ его эффективности на примере сравнения статистических данных продаж в ходе экспериментальной реализации напитков в одной из сетей по продаже алкогольной продукции с применением устройства под названием "Робот консультант".

Ключевые слова: робот консультант; электронный промоутер; партизанский маркетинг; провокационный маркетинг; инновации; промо-акция; стратегия.

ABSTRACT

This article proposes an innovative tool strategic marketing and assess its effectiveness through comparative analysis of sales data for the experiment using the device "Robot consultant" in commerce of alcoholic beverages "Shop Bacchus".

Keywords: marketing stratagem; innovation; advertising; promotion; advertising event.

Сложившиеся в современном мире актуальные на сегодня экономические условия, сопровождающиеся тяжёлыми стрессами и острой конкурентной борьбой, становятся препятствием для стремительного развития бизнеса. Это вынуждает руководителей и владельцев предприятий отыскивать новые пути и методы реализации

собственных бизнес-проектов, так как простое следование существующим инструкциям, предписаниям, правилам и нормативам не является абсолютной гарантией успешности даже очень перспективного бизнеса. Представители западного бизнес-сообщества начинают все больше обращать внимание и следовать традициям

весьма чуждой и непонятной для них древней восточной культуры, интересной благодаря успеху азиатского "экономического чуда". Данный успех основан на приверженности пришедшим из глубоких веков древним традициям, сегодня почти полностью формирующим всю философию бизнеса на Востоке.

Главным и первостепенным условием для успешной реализации перспективного плана является превосходное знание самого себя, собственных возможностей, преимуществ и ограничений, а также понимание текущей обстановки. Вторым, но не менее важным фактором становится необходимость в максимально полной мере понимать и осознавать образ мыслей, присущий окружающим противникам. Ярким подтверждением этому служит трактат Сунь-Цзы, в третьей главе которого дословно характеризует такую философию: "Если знаешь его и знаешь себя, сражайся хоть сто раз, горести поражения не будет". [1]

Стратегическое мышление по своей сути является одной из важнейших и самых характерных особенностей цивилизации Китая, отличающейся уникальностью философской и политической мыслью. Стратегическое - составная, но крайне важная часть общей стратегии, представляющая собой форму тактического искусства. Грамотный тактик может не стать искусным стратегом, способным увидеть полную картину с пониманием дальнейших перспектив. Стратегия - план действий на длительную перспективу, объединяющий целую совокупность тактических ходов, предполагая большую гибкость в действиях и быструю приспособляемость к окружающей обстановке. Стратегия, представляя собой лишь одну составную часть общей стратегии, есть одиночный тактический ход, грамотный маневр, применяемый для достижения одномоментного и осязаемого в текущий момент времени, однако не настолько масштабного результата. Ключевой особенностью стратегии становится предварительное просчитывание ситуации, будущей реакции объекта и конечного результата, то есть является формой мышления для расчета перспектив на несколько ходов вперед.

В китайском обществе стратегическое мышление давно превратилось в особенность национального менталитета, закладывая основу для действий не только в военном искусстве, но даже в семейных, бытовых делах и бизнесе. В традиционной культуре Китая полностью отсутствует моральный запрет на применение хитрости при взаимодействии и общении с другим человеком, что приводит к непониманию такой философии для Запада. Стратегия, являясь частью данного философского течения, этически нейтральна, стратегическое мышление становится нормой и воспринимается китайским сообществом как проявление высокого интеллекта. Историческим подтверждением первой стратегии становятся действия, подчиненных императора Тай Цзуна, правящего в 626-649 годах нашей эры. [2, с.11-12]. Им пришлось "Обмануть императора, чтобы он переплыл море", что способствовало сокрушительному поражению противника императорской армии. Применение стратегии послужило основанием для достижения столь необходимой на этом этапе победы над врагом.

Наставники и учителя китайских правителей полагали, что для достижения выигрыша в политическом противостоянии требовалось стратегическое оснащение. Дипломатические стратегии являлись очень действенным

инструментом, направленным на решение весьма сложных, а порой практически невыполнимых внешнеполитических задач, имеющих большую продолжительность. Эти инструменты должны были отвечать первостепенным государственным и национальным интересам, при этом они являлись целым комплексом дипломатических и военных мероприятий, предназначенных для воплощения в жизнь долгосрочных стратегических планов. Стратегическое, с точки зрения дипломатии, обеспечивало решение самых сложных задач внешнеполитической деятельности государства. Стоит подчеркнуть, что стратегическая дипломатия, являясь нацеленным на реализацию стратегии инструментом, впитала в себя средства и методы достижения поставленной цели из теории военного искусства, основанной на утверждении, что цель оправдывает средства. Столь жесткий и тотальный характер мышления позволял достигать выдающихся с дипломатической и военной точек зрения результатов.

Самым близким для понимания современников понятием в отношении стратегического мышления является "игра" в психологии. [3]. Их объединяют два ключевых параметра: 1) скрытые мотивы; 2) наличие выигрыша. Точно такая, стратегическая тактика, является основой для дошедших до наших дней игр - шахмат и го (вэйци).

Стратегия представляет собой аналогию четкого алгоритма, формируя конкретную последовательность выполняемых действий. Процесс формирования стратегии основывается на очень глубоком изучении происходящей ситуации и анализе противника. Основой стратегии является принцип многозвенной рефлексии, когда предстоящий шаг становится результатом оценки возможных следствий и действий противника. Чем лучше создатель стратегии подвержен рефлексии, чем больше он осведомлен о собственном противнике, текущей ситуации, вероятных векторах дальнейшего развития событий - тем более точным и эффективным будут последствия реализации созданной стратегии - алгоритма. Сегодня аналогичными принципами пользуются в сфере кибернетики и в теории игр, очень активно применяемые для разработки современных решений в области создания компьютерных программ. Они используются не только в бытовой сфере, но также и при моделировании сложнейших военных задач и специальных подпрограмм для автономной боевой техники. Как было отмечено выше, теория игр представляет собой действенный и способный применяться в отношении современных предприятий метод создания стратегии (алгоритмов). Она является теоретической основой для создаваемых математических моделей построения эффективных решений при разрешении конфликтных ситуаций в рамках сегодняшних рыночных отношений, имеющих характер прямой конкурентной борьбы, когда одна из сторон выигрывает в противоборстве за счет проигрыша другой. Построение четких игровых моделей при создании программы продвижения товара помогает остановиться на наиболее оптимальной стратегии дальнейших действий.

Чтобы продемонстрировать на более понятном примере работу данного метода, смоделируем следующую конфликтную ситуацию.

Представим, что в конкретной товарной нише присутствуют две фирмы - А и В, являющиеся прямыми конкурентами. Предприятие А планирует запускать новую ре-

кламную кампанию, чтобы продвинуть на рынке собственную продукцию. Это ставит перед основным конкурентом вопрос о противодействии с помощью запуска точно такой же рекламной кампании уже для своего товара.

Предположим, что каждая фирма рассчитывает затратить на рекламные акции по \$50 тысяч. Ключевым фактором анализа становится то, что предполагаемый доход

обеих фирм после успешного проведения рекламной кампании находится в прямой зависимости от действий игрока-конкурента.

На рисунке №1 создана матрица выигрышей двух игроков при условии одинакового по объему рекламного бюджета.

		Фирма А	
		Рекламировать	Не рекламировать
Фирма В	Рекламировать	200 / 200	100 / 350
	Не рекламировать	350 / 100	250 / 250

Рисунок №1. Матрица выигрышей при принятии решения
Fig. №1. The payoff matrix in the decision

Матрица выигрышей при принятии решения о проведении или отказе от реализации рекламной кампании.

В правом нижнем квадрате можно увидеть, что отказ от расходов на рекламу приведет к получению каждой фирмой дохода, достигающего \$250 тысяч.

Если оба игрока примут решение провести рекламную кампанию, затратив на это по \$50 тысяч, то предполагаемая прибыль будет составлять по \$200 тысяч. То есть действия по продвижению своей продукции со стороны одного игрока-конкурента нейтрализуют аналогичные мероприятия другого.

Изучив последствия при условии, если Фирма А решит провести рекламную кампанию, тогда как Фирма В от нее полностью откажется, можно увидеть (в левом нижнем квадрате), что первый игрок получит прибыль в размере \$350 тысяч, а его конкурент - всего \$100 тысяч. Это объясняет ситуацию, когда один из двух конкурирующих игроков за счет рекламы отбивает клиентов у своего конкурента и достигает тем самым более крупного дохода, сокращая прибыль последнего.

Правый верхний квадрат матрицы выигрышей демонстрирует последствия действий, совершенных с точностью до наоборот, когда Фирма В проводит кампанию по продвижению товара, а Фирма А от нее отказывается.

Детальное изучение всех возможных вариантов предстоящих событий оставляет всего один вопрос - как именно поведет себя каждый из игроков, то есть какие последствия наступят.

Самым оптимальным решением поставленной задачи будет считаться наиболее выгодная ситуация. При условии, когда оба конкурента смогут договориться и заключить договор о сотрудничестве, то, вероятнее всего, они остановятся на варианте, предполагающем обоюдный отказ от рекламных компаний. Это позволит конкурирующим игрокам поделить общий доход в своей нише пополам, принеся по \$250 тысяч дохода каждому с сопутствующей экономией рекламных бюджетов.

Но в случае, когда действия конкурента не определены, процесс принятия решения будет зависеть от совершаемых вторым игроком шагов.

Определим возможные варианты действий для Игрока А.

- Допустим, Фирма В принимает решение о проведении рекламной кампании. Для ее конкурента есть два варианта развития событий, когда проведение аналогичной кампании принесет доход в размере \$200 тысяч, а отказ от нее - сокращение финансовых поступлений до \$100 тысяч. Отсюда делается очевидный вывод - наилучшим решением будет провести рекламную кампанию вслед за конкурентом, чтобы избежать потери прибыли и получить достаточный доход.
- При втором варианте развития событий игрок В отказывается от затрат на рекламу, что оставляет Фирме А два решения - проводить рекламную кампанию стоимостью \$50 тысяч или нет. В первом случае ее доход составит \$350 тысяч, а во втором - всего \$250 тысяч. Лучшим выбором здесь становится решение о продвижении товаров за счет рекламы, что сулит больший по объему доход.

Проведя анализ всех возможных действий можно сделать вывод, что для Игрока А, вне зависимости от принятых решений конкурентом, самым выгодным остается проведение кампании по продвижению продукции. Аналогичная ситуация складывается и для Фирмы В, которой для достижения максимальной прибыли так же придется потратиться на рекламу. Наиболее оптимальным для обоих игроков станет заключение договора о сотрудничестве, что позволит конкурентам одновременно повысить прибыль за счет отказа от затрат на рекламу.

Применение на практике стратагем формирует совершенно новый подход в маркетинге - стратагемный, опирающийся на практический опыт, процесс изучения фактов, непосредственное наблюдение за действиями противников, а также эксперимент. Создается стратагема

путем целенаправленного воздействия сразу на трех доступных уровнях - Физическом, Психологическом и Социальном.

Главной особенностью стратагемного маркетинга становится умение воздействовать на потребителя таким образом, чтобы вызывать у него всевозможные типы переживаний - так называемые СЭМы - стратагемные эмпирические модули.

К последним стоит отнести:

- Сенсорные (чувственные переживания);
- Аффективные (эмоциональные);
- Творческие когнитивные (соответствующие познанию) переживания (размышления);
- Физические переживания;
- Стил жизни (действие);
- Социально идентифицирующие переживания (соотнесение себя к конкретной референтной группе или культуре).

Основные различия этих двух маркетинговых подходов кроются в направленности применяемых действий. Если традиционный маркетинг нацелен на демонстрацию

лучших свойств и подчеркивание преимуществ, продвигаемых в определенном сегменте рынка услуги или продукции, то стратагемный маркетинг имеет целью сформировать сенсорные, эмоциональные, когнитивные переживания у конечного покупателя, а также формирует действия и отношения между поставщиком продукции и потребителем.

Действующим образцом данного инновационного инструмента стратагемного маркетинга является устройство "Робот консультант", способное перенести процесс продвижения торговой марки на совершенно новый уровень. [4, с.73-76] Путем использования данного устройства можно инициировать воспроизведение звуковой информации именно тогда, когда потенциальный покупатель, осуществляя поиск подходящего товара, вступает в поле действия датчика движения. То есть вся процедура рекламного продвижения продукции за счет управления процессом принятия окончательного решения потребителем концентрируются на конкретном стеллаже с товаром. Детально принцип действия устройства "Робот консультант" и вариант его расположения на товарном прилавке отображены на рисунке №2.

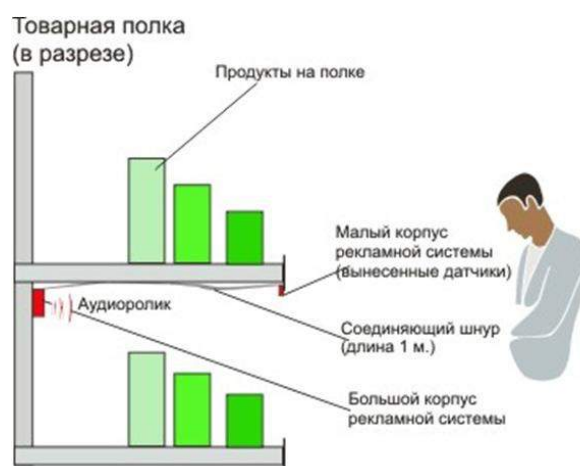


Рис. №2. Принцип действия и порядок размещения на товарной полке устройства «Робот консультант»
Fig. №2. The principle of operation and accommodation on the product shelf devices "Robot Consultant"

Чтобы оценить эффективность инновационного инструмента, устройство "Робот консультант" было испытано в сети алкогольных магазинов, расположенных в Калининградской области. Практические испытания проводились в отношении линии элитных французских вин под названием "Barton & Guestier" (Бартон и Гестье) в период с февраля по март 2011 года. Чтобы провести сравнительный анализ показателей продаж продукции за время испытаний устройства, были получены сведения об объемах реализации продукции за аналогичный временной отрезок предыдущего года, а также информация о количестве проданного товара после окончания эксплуатации "Робота консультанта". После проведения сравнительного анализа были выделены краткосрочный ("предварительный") и долгосрочный эффект ("окончательный").

Предварительный, он же моментальный эффект, обусловлен резким взлетом продаж, что объясняется результатами непосредственного проведения акции. По окончании рекламного мероприятия динамика продаж демонстрирует спад до определенного значения, установившегося немногим выше базового, то есть первоначального уровня. Зафиксированная разница между базовым

уровнем продаж и значением объема реализованной продукции после окончания акции и есть ключевой показатель эффективности проведенного мероприятия. Чем больше зафиксированная разница, тем выше эффективность акции.

Самым распространенным вариантом замера эффекта от проведения различных акций является окончательный, когда производится сравнительный анализ всех этапов - предшествующего мероприятию, непосредственного времени проведения акции, и последующий после ее окончания. По аналогии с предварительным, значение эффективности определяется в прямой зависимости от роста продаж - чем они выше, тем выше эффективность.

Расчет экономической эффективности акции по использованию устройства "Робот консультант" не проводился, так как за эксплуатацию прибора оплата не взималась. Окончательные результаты оценки эффективности инновационного инструмента приведены на рисунке №3.

Проведенный в Калининградской области эксперимент с применением элементов стратагемного маркетинга не позволяет сделать окончательный вывод об эф-

фактивности использования нового прибора. На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о реальных перспективах использования такого инновационного ин-

струмента как «Робот консультант» для повышения эффективности стратегического маркетинга в современных экономических условиях.



Рис. №3. Результаты оценки эффективности устройства «Робот консультант»
Fig. №3. The results of evaluating the effectiveness of the device "Robot Consultant"

Литература

1. Сунь-Цзы, У-Цзы. Трактаты о военном искусстве. — М.: «АСТ», 2002. ISBN 5-17-010705-6.
2. Зенгер Х. фон. Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать. — М.: Эксмо, 2004. — Т. 1. — С.10, 11.
3. David Lai. LEARNING FROM THE STONES A GO APPROACH TO MASTERING CHINA'S STRATEGIC
4. Бессараб Ю.А. Практическое применение провокационного маркетинга в торговых сетях / Бессараб Ю.А. // Тенденции и перспективы развития экономики и менеджмента в России в современных условиях: Материалы VII межвузовской студенческой научно-практической конференции /КГГУ.- Калининград, 2010. - С.73-76

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬЯНСЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Болодурина Марина Павловна

к.э.н., доцент

Киякбаева Алия Танатаровна, Тюгаева Анастасия Олеговна

студенты 3 курса, Оренбургский Государственный Университет, г. Оренбург

STRATEGIC ALLIANCES AS A FACTOR OF RUSSIAN AUTOMOBILE INDUSTRY'S DEVELOPMENT

Bolodurina Marina Pavlovna, Candidate of Science, assistant professor

Kiyakbaeva Aliya Tanatarovna, Tyugaeva Anastasia Olegovna, third-years students of Orenburg State University, Orenburg

АННОТАЦИЯ

В статье охарактеризованы критерии выбора между стратегическими альянсами и сделками слияний и поглощений. Представлено предположение о том, что заключение стратегических альянсов с зарубежными партнерами является важнейшим фактором настоящего и будущего развития автомобилестроительной отрасли в России.

ABSTRACT

The article describes criterions of choice between strategies alliances and merging and absorption deals. There is a suggestion that making strategic alliances with foreign partners is the key factor of Russian automobile industry's present and future.

Ключевые слова: стратегический альянс; слияния и поглощения

Keywords: strategic alliance; merging and absorption

Мировой рынок обостряет международную конкуренцию, что заставляет менеджмент компаний принимать решения, которые должны способствовать выходу на новые рынки, приобретению конкурентных преимуществ. Поэтому, многие компании вынуждены менять тактику ведения бизнеса – переориентируясь на интеграцию, объединяя свои ресурсы как нематериальные, так и материальные с ресурсами других компаний, заключая всевозможные альянсы.

Стратегические альянсы новое явление для российской экономики, но несмотря на это, удачно заключенные партнерства оказываются эффективными и являются хорошей альтернативой сделкам слияния и поглощения (M&A), а в ряде случаев являются единственным источником роста компании.

Под понятием стратегического альянса подразумевается форма делового взаимодействия между компаниями, совмещающая с одной стороны отсутствие контроля над собственностью партнера, и полный либо частичный

контроль над его поведением с другой. [1] Цель создания – через получение доступа к материальным или нематериальным активам партнера добиться оптимизации собственного производства, получения новых конкурентных преимуществ, сокращения издержек. Чаще всего, альянс – это объединение нескольких самостоятельных предприятий, имеющих намерение, используя ресурсы, знания, технологии друг друга, завершить начатые проекты, либо начать заниматься новыми видами деятельности.

Выделяют критерии, которыми необходимо руководствоваться менеджменту компании при выборе формы своего дальнейшего развития - заключения стратегического альянса или сделки слияния и поглощения:

- 1) Вероятность и степень риска – стоит обратить внимание на гибкость стратегического альянса по сравнению с другими формами взаимодействия, так как кооперация является добровольным и более гибким объединением, в котором все риски делятся между партнерами;
- 2) Издержки объединения – сделки M&A более дорогие, так как связаны в большинстве случаев с покупкой активов компании - цели;
- 3) Продолжительность периода роста – в рамках сделки M&A темпы роста компании более высоки, так как компания-цель быстро подстраивается под управление присоединяющей компании, в то время, как стратегическим партнерам нужно больше времени, чтобы добиться эффекта синергии;
- 4) Распределение контроля – главное преимущество состоит в том, что стратегические партнеры сохраняют свою самостоятельность и следуют своим интересам;
- 5) Состояние сектора – нестабильность в отрасли особенно подталкивает к кооперации, в то время как поглощение фирмы-цели компанией может стать для нее дополнительным «балластом» [2, с.94];

Отечественный опыт становления и развития стратегических альянсов свидетельствует, что именно в автомобилестроении они получили широкое распространение, оказав влияние на технологическое развитие, объемы продаж и финансовые показатели.

Точкой отправления в становлении стратегических альянсов России можно считать принятие в 1996 году ФЗ

№13 «О создании в Калининградской области Особой экономической зоны». Уже в начале 2000-х годов доминирующей формой присутствия мировых автомобильных гигантов на российском рынке являлись автосборочные предприятия, было открыто несколько десятков автомобильных заводов, выпускающих автомобили под марками известных производителей, среди которых Volkswagen, Skoda, BMW, Ford, Renault, Toyota, Chevrolet. Во многом этому способствовало введение в России режима промышленной сборки автомобилей, что открыло возможность ввоза комплектующих для производства автомобилей в стране на льготных условиях. А именно, при организации нового производства в течении семи лет - льготные таможенные тарифы (0-5 %). При этом у инвестора появлялись обязательства в части организации мощностей по сварке, окраске и сборке автомобилей в определенном количестве, а к концу срока действия соглашения обязательства предполагали сокращение переня импортных автокомпонентов на 30%.

В итоге реализованных мероприятий с 2008 по 2010 год доля производства легковых иностранных машин увеличилась на 32,2 %, что было выгодно для иностранных инвесторов. В то же время о создании стратегических альянсов задумывались и российские автомобилестроительные холдинги. Стимулирование промышленной сборки автомобилей на территории России стало компромиссом между двумя полярными стратегиями развития российской автомобильной промышленности – закрытия рынка в целях защиты отечественных товаропроизводителей или, наоборот, его полного открытия с расчетом на конкуренцию.

В последнее десятилетие в России спрос сместился в сторону иномарок, о чем свидетельствует рост доли объема продаж иномарок российской сборки за период 2010 – 2014 гг. (Таблица 1). Поэтому перед предприятиями, выпускающими отечественные автомобили, встала серьезная проблема – удержать объемы производства – и иметь гарантированный объем сбыта в будущем.

Несмотря на очевидное влияние стратегических альянсов на рост производства и продаж автомобилей, на автомобилестроительную отрасль влияют во многом внешние факторы. Влияние политической ситуации в мире как никогда отмечается в 2014 году, о чем свидетельствуют приведенные данные в таблице 2.

Таблица 1

Объем продаж легковых автомобилей в 2010 - 2014 гг., тыс. шт. [5,6]

Категории автомобилей	Объем продаж, тыс. штук				
	2010/ доля %	2011/ доля %	2012/ доля %	2013/ доля %	2014/ доля %
Российские автомобили	560 (31,46)	620 (24,8)	487 (18,66)	480 (18,46)	410 (17,52)
Иномарки российского производства	610 (34,27)	1040 (41,6)	1310 (50,19)	1310 (50,38)	1280 (54,7)
Импорт	610 (34,27)	840 (33,6)	810 (31,15)	810 (31,15)	650 (27,78)
Итого:	1780 (100)	2500 (100)	2610 (100)	2600 (100)	2340 (100)

Таблица 2

Денежная выручка от продажи легковых автомобилей в 2010 - 2014 гг., млрд. долл. США [5,6]

Категории автомобилей	Денежная выручка, млрд. долл. США				
	2010/ доля %	2011/ доля %	2012/ доля %	2013/ доля %	2014/ доля %
Российские автомобили	5,2 (15,03)	6,9 (11,71)	6,7 (9,44)	5,9 (8,55)	4,4 (7,56)
Иномарки российского производства	12 (34,68)	23,7 (40,24)	30,9 (43,52)	34,6 (50,14)	30,6 (52,58)
Импорт	17,4 (50,29)	28,3 (48,05)	33,4 (47,04)	28,5 (41,30)	23,2 (39,86)
Итого:	34,6 (100)	58,9 (100)	71 (100)	69 (100)	58,2 (100)

Таким образом, по данным таблицы 1,2, можно сделать вывод, что российские марки автомобилей значительно уступают по продажам иномаркам российского производства. В 2010 – 2012 годах причиной тому, по мнению аналитиков, стало завершение правительственных программ утилизации старых машин и льготного автокредитования. Однако, меньшие продажи отечественных автомобилей скорее определяются вкусовыми предпочтениями потребителей и их благосостоянием. Спрос на иномарки выше, объективно учитывать этот фактор.

В 2013 – 2014 годах тенденция роста продаж прекратилась по всем позициям. Несмотря на то, что доля проданных иномарок российской сборки растет, выручка

снижается по всем видам продаж. По результатам 2014 года продажи легковых автомобилей в России снизились на 10% в количественном выражении. В долларовом выражении рынок сократился на 16%, в то время как в рублевом выражении вырос на 2%. [5] Существенное влияние на авторынок оказывала неопределенность геополитической ситуации, ослабление курса рубля, повышение цен на автомобили и ставок по автокредитам.

Эффект от заключения стратегических альянсов можно проследить, сравнив финансовые показатели рентабельности продаж (ROS) и рентабельности активов (ROA) российских компаний со средними в отрасли производства машин и оборудования (таблица 3).

Таблица 3

Показатели рентабельности российских компаний в сравнении с отраслью за 2010 – 2013 гг.

	2010		2011		2012		2013	
	ROA	ROS	ROA	ROS	ROA	ROS	ROA	ROS
Отрасль	2,8	7,3	3,8	7	4,5	7,7	3,5	7,5
Авто ВАЗ	1,66	7,01	2,46	11,55	0,15	10,04	4,60	5,76
Группа ГАЗ	4,69	17,98	14,71	20,04	12,07	20,25	4,39	17,87

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что показатели рентабельности «АвтоВАЗа» были меньше значений, полученных по отрасли в 2010 – 2012 гг. Прежде всего это связано с тем, что в 2009 году, во время кризиса, предприятие понесло убытки из-за резко упавшего спроса на автомобили (рентабельность составляла 1,3% (ROS), - 40% (ROA)). После заключения альянса с Renault-Nissan показатели ROA и ROS не только вновь приобрели положительное значение, но и росли на протяжении всего рассматриваемого периода.

Также в числе преимуществ стратегических альянсов можно выделить доступ к новым технологическим решениям и маркетинговым программам. В рамках кооперации Renault-Nissan получил новый рынок сбыта, через систему продаж, опирающуюся на крупнейшую в России товаропроводящую сеть. «АвтоВАЗ» получил возможность использовать единые методики планирования спроса, управления дилерами, единую систему гарантийного обслуживания, единую сеть распространения и продажи запасных частей.

Совокупность вышеперечисленных факторов положительно повлияла на результаты деятельности «АвтоВАЗа», и отрасли автомобилестроения Российской Федерации в целом.

Показатели ROA, ROC «Группы ГАЗ» выше среднеотраслевых на протяжении рассматриваемого периода (2010 – 2014 гг.), это значит, что компания успешно функционирует на рынке. Важным направлением развития «Группы ГАЗ» является сотрудничество с ведущими мировыми автопроизводителями Volkswagen, General Motors и Daimler. Проекты с иностранными автопроизводителями включают взаимодействие партнеров в целом ряде областей – таких, как внедрение новых производственных, технологических и логистических процессов на Горьковском автозаводе в соответствии с международными стандартами, обучение персонала, локализацию компонентов.

Таким образом, развитие таких компаний как «Группа ГАЗ» и «АвтоВАЗ» не представляется возможным без сотрудничества, так как поставка комплектующих, новые технологические решения, маркетинговые программы – это результат взаимодействия с иностранными партнерами. Следовательно, заключение стратегических

альянсов с зарубежными партнерами является важнейшим фактором настоящего и будущего развития автомобилестроительной отрасли в России.

Литература

1. Ляско В.И. Стратегическое планирование. Развитие предприятия. /Учебное пособие для ВУЗов/ М.: Издательство “Экзамен”, 2005. – 288 с.
2. Козлова Д.В. Стратегический альянс как современная форма межфирменного взаимодействия/Инновации и инвестиции - №5 – 2013 – с.93
3. Дрыночкин А.В., Астафьева И.А. Формирование стратегических альянсов в автопроме стран с переходной экономикой – путь к повышению конкурентоспособности/ Известия МГТУ - №4(18), 2013
4. В.Л. Гранкина Основные выгоды международных стратегических альянсов между иностранными автопроизводителями и российскими автомобильными компаниями/ Экономика и управление в XXI веке: тенденции и развития - №15 – 2014 – с.172 – 177
5. С. Литвиненко Автомобильный рынок России: результаты 2014 года и перспективы развития/ Электронный ресурс/ Режим доступа: http://www.pwc.ru/ru_RU/ru/automotive/publications/assets/201502_pwc_automotive_press-briefing_final.pdf
6. Статья «Автомобильный рынок России: результаты 2013 года и перспективы развития» - Режим доступа: <http://www.1gai.ru/publ/511628-avtomobilnyy-rynok-rossii-rezultaty-2013-goda-i-perspektivy-razvitiya.html> Дата обращения - 13.05.2015 г.
7. Годовая отчетность 2008 – 2013 гг. Режим доступа - <http://info.avtovaz.ru/> Дата обращения – 13.05.2015 г.
8. Годовая отчетность 2010 – 2013 гг. Режим доступа - <http://gazgroup.ru/> Дата обращения – 13.05.2015 г.
9. РИА Рейтинг – рэнкинги. Рейтинг финансового состояния отраслей промышленности 2010 – 2013 гг. Режим доступа: http://riarating.ru/corporate-sector_rankings/ Дата обращения – 13.05.2015 г.

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ В СВЕТЕ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Болтунов Валерий Валерьевич

аспирант кафедры государственного и муниципального управления Мордовский государственный университет имени Н.П.Огарева, г.Саранск

ANALYSIS OF SOCIAL INDICATORS IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA IN THE LIGHT OF THE IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY FOR SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

Boltunov Valery Valeryevich, postgraduate student of the Department of state and municipal management of the Mordovian state University, Saransk

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются социальные показатели с целью определения уровня социально-экономического развития Республики Мордовия в настоящее время. Показатели рассматриваются в сравнении с аналогичными показателями соседних регионов. Делается вывод о необходимости соблюдения тенденций развития в соответствии со Стратегией социально-экономического развития Республики Мордовия до 2025 года.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, социальные показатели, стратегическое планирование.

ABSTRACT

The article an analysis of social indicators to determine the level of socio-economic development of the Republic of Mordovia at the present time. The indicators are discussed in comparison with those of neighboring regions. The conclusion about need of observance of trends in the development in accordance with the Strategy for socio-economic development of the Republic of Mordovia until 2025.

Key words: socio-economic development, social indicators, strategic planning.

Реализация Стратегии социально-экономического развития Республики Мордовия до 2025 года является приоритетным направлением деятельности органов исполнительной власти. Соблюдение намеченных показателей - одно из критериев качества принятой регионом стратегии.

Изучение тенденций социально-экономического развития субъекта позволяет определить перспективные или «болезненные» направления, вовремя разработать и реализовать ряд мер по недопущению отклонения от намеченных показателей.

Рассмотрим демографические показатели и показатели уровня жизни населения.

Таблица 1

Динамика численности населения и трудовых показателей

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Среднегодовая численность населения, тыс. человек	833,3	825,4	818,6	815,4	810,5
из общей численности – население в трудоспособном возрасте, тыс. человек	517,4	507,2	496,6	485,8	452,0
Число родившихся на 1000 человек населения	9,5	9,5	10,0	10,1	10,1
Число умерших на 1000 человек населения	15,7	14,8	14,5	14,8	14,3
Естественный прирост, убыль (-) на 1000 человек населения	-6,2	-5,3	-4,5	-4,7	-4,2
Среднегодовая численность занятых в экономике, тыс. человек	385,0	382,6	379,6	375,4	372,1
Численность безработных, тыс. человек	25,0	24,2	22,4	20,2	19,0
Уровень безработицы, процентов	5,4	5,2	4,9	4,4	4,3
Численность незанятых граждан, обратившихся за содействием в поиске подходящей работы в государственные учреждения службы занятости населения, тыс.чел.	7,2	5,7	5,0	4,0	4,4
из них признаны безработными	7,1	5,6	4,7	3,8	3,9

Как видно из таблицы 1, среднегодовая численность населения за последние пять лет имеет тенденцию к снижению (уменьшилась на 22,8 тыс. чел.). В 2014 году среднегодовая численность населения РМ составила 810,5 тыс. чел., из них в трудоспособном возрасте – 452,0 тыс. чел. Показатель естественного движения на 1000 человек населения показал убыль на 4,2 человека (родившихся – 10,1 чел., умерших – 14,3 чел.).

Среднегодовая численность занятых в экономике снизилась за период 2010 – 2014 гг. на 12,9 тыс. чел. и составила 372,1 тыс. чел.

Численность незанятых граждан, обратившихся за содействием в поиске подходящей работы в государственные учреждения службы занятости населения выросло на 0,4 тыс. чел. относительно предыдущего года и составило 4,4 тыс. чел. В целом за пять лет данный показатель снизился на 2,8 тыс. чел. в абсолютном выражении

и на 42 % в относительном. В данном показателе численность безработных составила 3,9 тыс. чел., что на 100,0 чел. больше чем в 2013 г.

В целом численность безработных снизилась с 25,0 тыс. чел. в 2010 г. до 19,0 тыс. чел. в 2014 г. (на 6 тыс. чел.),

за год на 1,2 тыс. чел. Уровень безработицы несмотря на сложную экономическую обстановку продолжал снижаться составив по итогам года 4,3 %. По сравнению с 2013 г. показатель снизился на 0,1 %, за пять лет на 1,1 %.

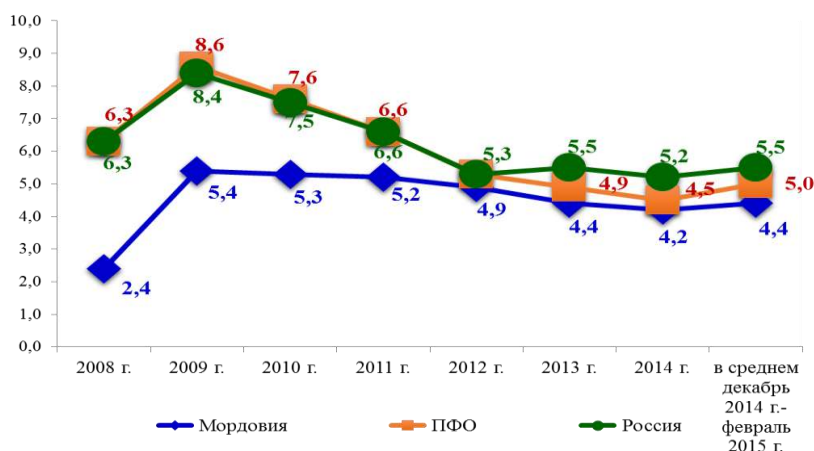


Рисунок 1. Динамика уровня общей безработицы в процентах к экономически активному населению

Как видно из рисунка 1, Республика Мордовия имеет уровень безработицы ниже среднероссийского и среднего в ПФО.

За 2013 год представлены на данный момент более обширные статистические данные по численности и структуре численности населения.

В 2013 году среднегодовая численность постоянного населения Республики Мордовия составила 815,4 тыс. человек, в том числе численность городского населения составила 497,4 тыс. человек (61% всего населения), в сельских поселениях проживает 318 тыс. человек.

Снижение численности населения произошло как за счет естественной (3839 чел. или 60%), так и миграционной (2571 чел., 40%) убыли населения.

Миграционная убыль наблюдается во всех муниципальных районах республики, кроме городского округа Саранск, Лямбирского и Чамзинского муниципальных районов.

Внутриреспубликанские перемещения населения происходят за счет оттока сельского населения в городские поселения. Основной зоной привлекательности для внутриреспубликанских мигрантов является г.о.Саранск

Вместе с тем, в республике наблюдается положительная динамика снижения миграционной убыли населения. В 2013 году она составила 2571 человека и снизилась по сравнению с 2012 годом на 572 человека или 18,2 процента (в 2012 году она составила 3143 чел.).

По оценочным данным в 2014 г. на территорию РМ прибыли 11780 чел. и выбыли за пределы 11258 чел. Т.о., миграционный прирост населения - 522 чел.

Из общего числа прибывших в республику 2572 чел. приехали на постоянное место жительства, 3618 - вернулись после временного пребывания в других регионах России, 5590 чел. прибыли временно на срок 9 мес. и более.

За пределы республики выбыли на постоянное место жительства 5227 чел., 1452 - выехали после временного нахождения в Республике Мордовия и 4579 - выбыли на срок 9 мес. и более.

За 2014 г. (предварительные данные) из других регионов России на территорию республики прибыли 8108 чел, выехали 11127 чел. Миграционная убыль по этому

потоку составила 3019 чел. По-прежнему, самая большая миграционная убыль наблюдается в Московскую область (2438), а также в г. Москва (763).

За счет мигрантов из стран СНГ численность населения Республики Мордовия увеличилась на 3290 человек. Основу потока составляют мигранты из Украины (1462 человека), Узбекистана (804) и Таджикистана (313).

За одиннадцать месяцев 2014 года наблюдается миграционный прирост со странами дальнего зарубежья, который составил 251 человек. Наибольшее количество мигрантов прибыло из Сирийской Арабской Республики (23 человека), Индии (15) и Грузии (13).

Таким образом, в республике продолжается процесс сокращения численности населения. На начало 2014 года она составила 812,2 тыс. человек, что на 6,4 тыс. человек меньше, чем на начало 2013 года. Соответственно, в ближайшие годы сохранится тенденция к сокращению численности населения трудоспособного возраста.

Сокращение численности трудоспособного населения и численности трудовых ресурсов окажет влияние на снижение численности занятых в экономике. В 2014 году она снизилась на 3,3 тыс. человек и составила 372,1 тыс. человек. Произойдет уменьшение числа работающих на предприятиях всех форм собственности.

Немаловажное значение для социально-экономической характеристики региона имеют индикаторы уровня жизни населения (таблица 2).

По данным таблицы 2 можно отметить, что среднедушевые доходы населения РМ ежегодно увеличиваются. За 2014 г. данный показатель составил 16086,0 руб. в месяц, что на 1653,0 руб. или на 111,5 % больше чем в 2013 г. В целом за пять лет среднедушевые доходы выросли на 4792,0 руб. (на 142,4%).

Реальные денежные доходы населения, в процентах к предыдущему году имеют аналогичную динамику, рост в 2014 г. на 102,9 %. За рассматриваемый период лишь в 2011 г. данный показатель продемонстрировал снижение (на 3,3 %) относительно предыдущего года.

Таблица 2

Показатели уровня жизни населения и социальной сферы РМ

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Среднедушевые денежные доходы, в месяц, рублей	11294,0	11948,0	13081,0	14433,0	16086,0
Реальные денежные доходы населения, в процентах к предыдущему году	110,0	96,7	103,5	103,0	102,9
Потребительские расходы в среднем на душу населения в месяц, рублей	6568,0	7287,0	8051,0	8888,0	10091,0
Величина прожиточного минимума в среднем на душу населения в месяц, руб.	5007,0	5343,0	5492,0	6183,0	6662,0
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.	11883,0	13305,0	15187,0	18101,0	20150,0
Средний размер назначенных пенсий, руб.	6821,0	7411,0	8190,0	8960,0	9746,0
Реальный размер назначенных пенсий, в процентах к предыдущему году	111,7	104,7	103,5	103,8	94,8
Численность граждан, пользующихся социальной поддержкой по оплате жилого помещения и коммунальных услуг, тыс. человек	205,9	205,8	202,9	192,1	188,3
Среднемесячный размер социальной поддержки на одного пользователя, руб.	394,0	437,0	425,0	493,0	492,0
Число семей, получивших субсидии на оплату жилого помещения и коммунальных услуг, тыс. ед.	9,5	10,6	7,9	6,7	6,3
Среднемесячный размер субсидий на одну семью, руб.	871,0	1093,0	1044,0	1185,0	1508,0

Потребительские расходы в среднем на душу населения в месяц за рассматриваемый период тоже выросли (на 3523 руб.) составив 10091,0 руб.

Увеличилась и величина прожиточного минимума в среднем на душу населения в месяц на 1665 руб. (2010-2014). За год показатель вырос на 479 руб.

Рост среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников организаций составил за год 2049 руб. (111,3 %), за пять лет – 8267,0 руб. (170 %).

Средний размер назначенных пенсий вырос в 2014 г. относительно 2013 г. на 789,0 руб. Реальный размер назначенных пенсий наоборот уменьшился на 5,2 % в сравнении с 2013 г.

Снизилась и численность граждан, пользующихся социальной поддержкой по оплате жилого помещения и коммунальных услуг, за год на 3,8 тыс. человек, за пять лет на 17,6 тыс. чел.

Среднемесячный размер социальной поддержки на одного пользователя составил 492,0 руб., что практически соответствовало уровню 2013 г. В целом за период 2010-2014 г. показатель вырос на 98,0 руб.

Число семей, получивших субсидии на оплату жилого помещения и коммунальных услуг – 6,3 тыс. ед. (на 0,4 и 3,2 тыс. ед. меньше чем в 2013 и 2010 гг. соответственно). Среднемесячный размер субсидий на одну семью составил 1508,0 руб., что на 323,0 руб. больше чем в 2013 г. и на 637,0 руб. по сравнению с 2010 г.

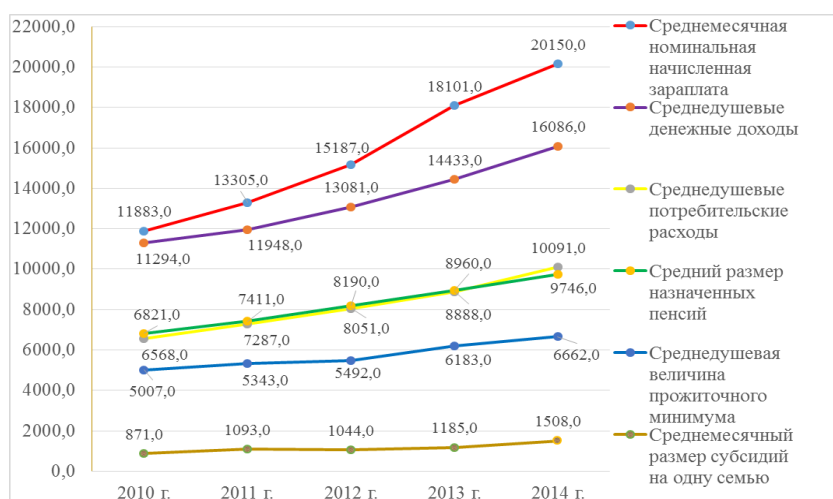


Рисунок 2. Динамика основных индикаторов уровня жизни населения

Как видно из рисунка 2, наибольший объем и темп роста у показателя «среднемесячная номинальная начисленная заработная плата». Среднедушевые денежные доходы несколько отстают от первого показателя.

Средний размер назначенных пенсий практически совпадает с размером среднедушевых потребительских расходов на протяжении всего периода исследования. А в

2014 г. размер расходов несколько превысил размер назначенных пенсий (данные за 2014 г. носят предварительный характер).

Все показатели доходов лежат в плоскости выше средней величины прожиточного минимума, что является положительным фактором.

Среднемесячный размер субсидий составляет незначительную величину, но с каждым годом растет в результате скорее всего индексации.

Рост оплаты труда в реальном секторе экономики должен обеспечиваться за счет повышения эффективности внедрения и использования систем управления инновационным развитием хозяйствующих субъектов.

Стратегические цели в области социальной сферы:

- 1) в сфере образования: повышение доступности качественного образования в соответствии с требованиями инновационного развития экономики и современными потребностями общества, обеспечение социального равенства в получении образования, внедрение современных инновационных программ обучения, развитие системы непрерывного образования, подготовка педагогических кадров по лучшим стандартам современного педагогического образования; ориентация системы образования на потребности рынка труда, улучшение ресурсного обеспечения образовательных учреждений; поддержка обучающихся и содействие их трудоустройству; формирование системы целенаправленной работы с одаренными детьми и талантливой молодежью, увеличение государственных ресурсов, направляемых в науку. Расходы на образование равны 8278,5 млн.руб. Доля отрасли в общих расходах - 20,5%.
- 2) в сфере здравоохранения: максимальное приближение первичного звена здравоохранения к каждому жителю республики вне зависимости от места проживания; оптимизация оказания специализированной медицинской помощи населению путем концентрации высокотехнологического оборудования и кадрового потенциала на базах многопрофильных государственных учреждений здравоохранения республики и в межрайонных специализированных центрах; охрана детского здоровья, повышение роли профилактики заболеваний и формирования здорового образа жизни; упорядочение сети и структуры здравоохранения, строительство и техническое перевооружение медицинских организаций, дальнейшее развитие стационарозамещающих технологий, улучшение на этой основе показателей здоровья населения, увеличение продолжительности жизни, рост рождаемости, создание условий для занятий физической культурой и спортом с целью профилактики заболеваний. Расходы на здравоохранение занимают 12,3 % в расходах бюджета и составляют 4942,0 млн. руб.
- 3) в области культуры: сохранение историко-культурного наследия, сохранение и восстановление тра-

диционной народной культуры, обеспечение свободы творчества и прав граждан на участие в культурной жизни, создание условий для реализации творческих способностей личности; организация культурного досуга населения, укрепление межрегиональных и международных связей, развитие культурного обмена, продвижение региональных культурных продуктов на российский и мировой культурные рынки. Расходы на культуру и кинематографию составляют 1723,2 млн. руб., что соответствует 3,36 % от общих расходов РМ.

- 4) в области физической культуры и спорта: массовое привлечение населения к регулярным занятиям физической культурой и спортом, организация активного досуга детей и подростков по месту жительства, а также укрепление материально-технической базы спортивных сооружений; дальнейшее развитие профессионального спорта, создание условий для проведения на территории Республики Мордовия крупных спортивных соревнований международного масштаба, общероссийского уровня и республиканского значения, повышение конкурентоспособности спортсменов Республики Мордовия на международной спортивной арене. Расходы на данную сферу составляют 2458,0 млн. руб. или 6,1 % от общих расходов бюджета РМ. Доходы консолидированного бюджета РМ в 2014 г. составили 35500,0 млн. руб., расходы – 40337,0 млн.руб., то есть бюджет исполнен с дефицитом в сумме 4837,0 млн.руб. или 12,0% к расходам.

В целом структура расходов республиканского бюджета Республики Мордовия имеет четко выраженную социальную направленность (образование, здравоохранение, физическая культура и спорт, социальная политика и другие). Она ориентирована на обеспечение поддержания определенного стандарта уровня и качества жизни в регионе. В целом в 2014 г. расходы на данную сферу составили 56,4 %, в том числе на социальную политику 14,84 % (5988,0 млн. руб.), образование – 20,52% (8287,0 млн. руб.), здравоохранение – 12,25 % (4942,0 млн. руб.), физическую культуру и спорт – 6,09 % (2458,0 млн. руб.).

Проведенный анализ социальных показателей республики выявил положительные и отрицательные моменты в развитии региона. К положительным можно отнести увеличение темпов роста реальных денежных доходов. Однако, нельзя не отметить факторы, оказывающие негативное влияние: имущественная дифференциация, естественная убыль населения, снижение численности занятых в экономике граждан. Выявленные тенденции развития помогут скорректировать действия органов власти по выполнению принятой Стратегии социально-экономического развития Республики Мордовия до 2025 года.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Виноходова Галина Александровна

кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВПО Донской государственный аграрный университет
п. Персиановский Ростовская область

Лихолетова Надежда Владимировна

кандидат экономических наук, старший преподаватель, ФГБОУ ВПО Донской государственный аграрный университет, п. Персиановский Ростовская область

p. Persianesque Rostov region,

Likholetova Nadezhda, candidate of economic Sciences, senior lecturer FGBOU VPO Don state agrarian University, p.

Persianesque Rostov region

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается современное состояние инвестиционного климата Ростовской области. Выявлены основные проблемы и направления совершенствования инвестиционного климата Ростовской области, путем прямого нормативно-правового регулирования инвестиционной активности, а также посредством косвенного регулирования, основанного на управлении инвестиционной привлекательностью региона

Ключевые слова: инвестиционный климат; инвестиционная привлекательность; инвестиции; административные барьеры; инфраструктурные ограничения; высококвалифицированные специалисты

ABSTRACT

The article discusses the current state of the investment climate of the Rostov region. The main problems and directions of improvement of the investment climate of the Rostov region, through direct legal regulation of investment activity, as well as through indirect regulation, based on the management of investment attractiveness of the region

Keywords: investment climate; investment attractiveness; investments; administrative barriers; infrastructure constraints; highly qualified

Выгодное экономико-географическое расположение Ростовской области, развитая транспортная инфраструктура, высокая обеспеченность трудовыми ресурсами, отсутствие социальной напряженности исторически определили положение области как одного из крупнейших на юге страны центров многоотраслевой промышленности, развитого сельского хозяйства, науки, культуры.

В структуре валового регионального продукта Ростовской области сфера услуг составляет 30,6%, промышленность – 22,9%, сельское хозяйство – 13,3%, строительство – 7,5%, транспорт – 7,4%. Ведущее место в промышленности области занимают машиностроение и металлообработка, пищевая промышленность. Развита электроэнергетика. На долю области приходится все производство магистральных электровазов в России, 52,5% производства зерноуборочных комбайнов, 27,1 % – тракторных культиваторов, 19,0 % – растительных масел, 13,2% – отопительных котлов, по 9,3% – кузнечно-прессовых машин и стальных труб, 6,0% – папирос и сигарет, 80,9% – добычи антрацита [7].

Перспективы Ростовской области в основном связаны с модернизацией производства, внедрением новых технологий, внедрением инновационных технологий, диверсификацией производства, повышением рентабельности предприятий угольной отрасли, открытием новых производств, внедрением новых изделий, пользующихся спросом, снижением уровня затрат на производство промышленной продукции.

В теоретическом аспекте инвестиционный климат представляет собой совокупность социально-экономических, политических и финансовых факторов, определяющих степень привлекательности инвестиционного рынка и величину инвестиционного риска [6].

Инвестиционная привлекательность может быть описана совокупностью макроэкономических показателей: темпы экономического роста, норма прибыли, уровень инфляции. Применительно к региону инвестиционная привлекательность может быть охарактеризована на основе исследования соотношения региональных факторов производства, уровня развития инновационной инфраструктуры. Одновременно факторы регионального развития детерминируют большую часть рисков инвестиционной деятельности [1].

Финансово-экономический кризис страны позволил по-новому взглянуть на итоги развития экономики страны, глубже проанализировать условия и источники ее устойчивого развития в будущем. В перспективе посткризисное восстановление российской экономики должно

зависеть не столько от динамики мировых цен на нефть, сколько от модернизации на основе инновационной стратегии развития. Привлечение инвестиций является одним из важнейших факторов успешного развития бизнеса.

Значимость создания инвестиционной привлекательности региона велика, поскольку в результате инвестирования увеличиваются объемы производства, растет доход, развиваются отрасли и предприятия.

Южный федеральный округ обладает значительной инвестиционной привлекательностью и диверсифицированным потенциалом регионального социального и экономического развития, необходимыми предпосылками для структурной реорганизации экономики. Основные конкурентные преимущества, формирующие инвестиционный потенциал и привлекательность округа, обуславливаются:

- выгодным геополитическим положением;
- благоприятными природно-климатическими условиями и рекреационными ресурсами, достаточной сырьевой базой;
- мощным производственным и научным потенциалом;
- развитой производственной и транспортной инфраструктурой;
- достаточно ёмким региональным потребительским рынком.

Указанные преимущества обеспечивают привлекательность Юга России не только для развития традиционных отраслевых комплексов (агропромышленного, транспортного, туристско-рекреационного), но и для формирования новых конкурентоспособных сегментов экономики инновационного и образовательного характера [3].

Распределение инвестиций между регионами ЮФО осуществляется неравномерно (рис. 1). В первую очередь, это обусловлено различными масштабами региональных экономик. Помимо того, имеются существенные различия в распределении инвестиций по видам экономической деятельности, по источникам и объектам финансирования и т.д. В значительной мере это объясняется разным уровнем промышленного развития, различием природно-ресурсного потенциала, инвестиционной привлекательности того или иного региона, что отражается на размещении крупных инвестиционных объектов, основными источниками финансирования которых являются федеральный и региональный бюджеты, а также средства частных и государственных корпораций.

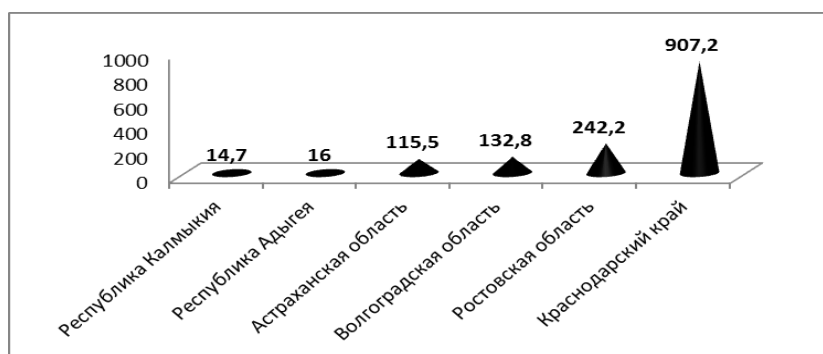


Рисунок 1 – Инвестиции в основной капитал по субъектам ЮФО в 2013 году, млрд. руб.

Как видно из рисунка 1, наибольший объем инвестиций, направляемых в развитие ЮФО, приходится на Краснодарский край – это связано с централизованным финансированием строительства объектов Зимней Олимпиады-2014 и развитием соответствующей инфраструктуры. Наименьший объем инвестиций приходился на Республику Калмыкия – всего 14,7 млрд. руб.

Исходя из данных таблицы 1 следует, что инвестирование Южного федерального округа с 2009 года по 2013 год увеличилось на 719,2 млрд. руб. и темп роста составил 201,4%. Наибольшей инвестиционной привлекательностью обладал Краснодарский край, поскольку доля в общей структуре инвестиций составляет 63,5%, второе место занимает Ростовская область – 16,9%.

Таблица 1

Объем инвестиций в основной капитал в субъектах ЮФО в 2009-2013 гг., млрд. руб. [2]

Наименование	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Астраханская область	62,0	59,9	69,0	81,7	115,5
Волгоградская область	75,6	78,4	104,1	135,2	132,8
Краснодарский край	337,0	589,6	711,7	798,5	907,2
Республика Адыгея	15,9	14,0	18,7	16,9	16,0
Республика Калмыкия	8,1	7,0	9,8	13,8	14,7
Ростовская область	170,8	159,0	166,0	207,9	242,5
Всего в ЮФО	709,4	908,0	1079,3	1255,0	1428,6

В целом, положительная инвестиционная динамика наблюдается во всех субъектах округа, кроме Ростовской области, где по факту уменьшение инвестиций в основной капитал с 170,8 млрд. руб. в 2009 г. до 159,6 млрд. руб. в 2010 г. Это связано с предыдущим кризисным годом, в связи с чем динамика инвестиций в основной капитал области не позволила компенсировать кризисные замедления.

На сегодняшний день привлекательность инвестиционного имиджа Ростовской области подтверждает «Национальное рейтинговое агентство», которое в 2014 году присвоило Ростовской области высокий рейтинг кредитоспособности – на уровне «А+» по национальной шкале. Рейтинговым агентством «Эксперт РА» по итогам 2014 года области присвоен рейтинг «Средний потенциал – умеренный риск». Среди 85 субъектов Российской Федерации Ростовская область занимает по критериям:

- «Инвестиционный потенциал» – 11 место;
- «Инвестиционный риск» – 12 место.

Особое влияние на инвестиционный климат в Южном федеральном округе оказывают иностранные инвестиции. Так, в 2013 году в ЮФО из-за рубежа поступило 1,185 млн. долларов иностранных инвестиций. Ростовская область занимает 1-е место по объему иностранных инвестиций на душу населения среди субъектов ЮФО. Поступление иностранных инвестиций в Ростовскую область (63,6%), в Краснодарском крае сосредоточено 21,3% общего объема по округу, в Волгоградской области – 11,7%, в Адыгее – 3,1%, в Астраханскую область – 0,3%. В Калмыкию иностранные инвестиции не поступали.

В качестве основных проблем инвестиционной сферы Ростовской области следует отметить:

1. Административные барьеры, связанные с оформлением договоров на использование земельных участков.
2. При реализации инвестиционных проектов в Ростовской области наблюдается неподготовленность инженерной и транспортной инфраструктуры.
3. Отсутствует политика привлечения инвестиций в городские округа и муниципальные районы Ростовской области.
4. Отсутствие действенных механизмов привлечения и поддержки инвестиций.
5. Низкий потенциал потребительского и инвестиционного спроса.
6. Дефицит профессиональных кадров в экономике, в том числе в системе управления инвестициями.

Стратегической целью развития системы привлечения инвестиций является повышение конкурентоспособности экономики и реализация инвестиционного потенциала Ростовской области. При этом фундаментальным свойством эффективной инвестиционной политики должна стать интеграция интересов государства и отдельных участников инвестиционной деятельности.

Достижение стратегической цели предполагает решение следующего комплекса задач [5]:

1. Повышение инвестиционной привлекательности предприятий Ростовской области.

2. Исходя из приоритета инновационной ориентации региональной экономики, повышать качество управления реальными инвестициями на предприятиях Ростовской области.
3. Обеспечение взаимодействия бизнеса, органов государственной власти и органов местного самоуправления посредством развития государственно-частного партнерства.
4. Стимулирование инвестиционной активности внешних и внутренних инвесторов.

В среднесрочной перспективе инвестиционная привлекательность Ростовской области возрастет в связи с подготовкой к проведению матча Чемпионата мира по футболу в 2018 году и созданием соответствующей инфраструктуры (спортивных сооружений, дорог, аэропортов, гостиниц, объектов электро-, водо- и газоснабжения).

Учитывая, что высокая инвестиционная активность является обязательным условием стабильного экономического роста, осуществить задачу ускоренного социально-экономического развития необходимо и возможно лишь при активном использовании ключевых достижений научно-технического прогресса и эффективном управлении инвестиционными процессами с целью наиболее полной реализации объективных возможностей территорий и условий деятельности предприятий. Актуальная для большинства регионов округа проблема ускорения инвестиционной динамики может решаться путем прямого нормативно-правового регулирования инвестиционной активности, а также посредством косвенного регулирования, основанного на управлении инвестиционной привлекательностью региона.

Литература

1. Абыкаев Н. Инвестиционный потенциал и экономический рост [Текст] Абыкаев Н. // Экономист. 2006. № 6.
2. Джуха В.М., Коновалова А.В. Анализ инвестиционно-строительного комплекса субъектов ЮФО и его влияния на стратегическое развитие регионов [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.uecs.ru/logistika/item/3211-2014-12-06-07-32-40>
3. Колосов Ю.А., Виноходова Г.А. Инновационный путь развития апк Ростовской области // Вестник аграрной науки Дона. 2012. № 3 (19). С. 33.
4. Лихолетова Н.В. Комплексная федеральная контрактная система Российской Федерации и квазирынки // Современные проблемы социально-экономического развития: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции (г. Махачкала. 24 октября 2014 г.) Махачкала: ООО «Апробация», 2014. 74 с. С. 54-57
5. Стратегией социально-экономического развития Ростовской области до 2020 года: [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.donland.ru/Default.aspx?pageid=85416>
6. Что такое инвестиционный климат? [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://www.investiciiv.ru/investicionnij_klimat.php
7. Экономика Ростовской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://newsruss.ru/doc/index.php/Экономика_Ростовской_области.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА (ОПК) РОССИИ

Военкова (Вологжанина) Наталья Ивановна

магистр экономики, Государственный Университет Управления, г. Москва

THE CURRENT ISSUES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISES OF THE MILITARY-INDUSTRIAL COMPLEX (OPK) IN RUSSIA

Voenkova (Vologzhanina) Natalia I., Master of Economics of Moscow State University of Management, Moscow

АННОТАЦИЯ

Целью является обеспечение устойчивого развития предприятий ОПК. Метод анализа действующей информации. Новые возможности для финансовой стабильности.

ABSTRACT

The aim is to ensure sustainable development of the military-industrial complex. Method of analysis of the existing information. New opportunities for financial stability.

Ключевые слова: предприятия оборонно-промышленного комплекса, государственные и федеральные целевые программы, анализ финансовой стабильности.

Keywords: enterprises of the military-industrial complex, state and Federal programs, analysis of financial stability.

Настоящее время характеризуется нестабильностью политико-экономической сферы жизни общества, в связи с кризисными явлениями, обостряющимися всё чаще и чаще. Актуальность выбранной темы заключается в необходимости поиска прогрессивных методов и инновационных подходов в обеспечении устойчивого развития предприятий оборонно-промышленного комплекса

(далее-ОПК) России, что напрямую связано с обороноспособностью страны и развитием экономического потенциала нашего государства.

«К началу выполнения ФЦП-2015 практически во всех оборонных отраслях промышленности было сформировано свыше 30 интегрированных структур (далее – ИС), которые концентрировали около 40% объемов производ-

ства, приняты на вооружение новейшие образцы вооружения, военной и специальной техники (далее – ВВСТ). По сути, к концу этого периода в ОПК был в основном преодолен системный кризис 1990-х годов» [1].

По результатам проведенного анализа состояния ОПК, можно выделить следующие положительные аспекты:

- достаточно масштабная и функциональная сформированная производственная база,
- наличие квалифицированного персонала,
- наличие научного и технологического задела по многим перспективным направлениям,
- сформировавшийся механизм сложившихся тесных профессиональных связей с основными заказчиками, возможность реализации единой научно-технической и производственной политики на всех предприятиях ОПК.

К отрицательным аспектам отнесём:

- слабые кооперационные связи между различными предприятиями ОПК,
- низкую диверсификацию продуктового портфеля и клиентской базы,
- отсутствие эффективной системы послепродажного обслуживания,
- устаревшую производственно-техническую базу,
- низкую загрузку оборудования,
- старение и выбытие носителей научно-технических компетенций,
- недостаток квалифицированных специалистов в возрасте от 30 до 50 лет, дефицит квалифицированных кадров [2].

А также, отрицательной динамике в развитии предприятий ОПК способствуют такие факторы, как:

- низкая рентабельность государственных оборонных заказов (существующие в настоящий момент механизмы регулирования отрасли, такие как ограничение рентабельности по самостоятельно выполняемым работам в рамках ГОЗ, необходимость вложения собственных средств в отчуждаемые НИР и ОКР приводят к неэффективному расходованию ресурсов предприятий ОПК);
- угрозы секвестирования и сложность достижения целевых значений ГОЗ;
- риск снижения уровня протекционизма в военной отрасли и замещение части продукции Концерном импортом;
- пересмотр ФЦП по развитию ОПК в сторону снижения;
- риски потери ключевых рынков ВТС (риски сокращения объемов поставок на рынки Индии, Китая и Вьетнама в силу геополитической нестабильности в мире);
- падение спроса на военную продукцию Концернов из-за ухудшения внешнеэкономической конъюнктуры;
- рост конкуренции со стороны зарубежных и отечественных производителей военной техники;
- потеря контроля над ключевыми предприятиями.

Значительный рост и развитие ОПК, по данным проведенного анализа, видится в периоде с 2016-2020, так как произойдет рост ассигнований на национальную

оборону более чем в 10 раз, что будет способствовать увеличению промышленного блока ОПК, а также модернизации существующего. Основным видом внешнеэкономической деятельности предприятий ОПК является ВТС. При этом существуют риски сокращения объемов поставок по ВТС в силу высокой вероятности потери ключевых клиентов, под влиянием внешних и внутренних факторов, имея ввиду политическую ситуацию, обострившуюся под влиянием так называемого «Украинского кризиса» нынешнего 2015 года.

Следует отметить следующие тенденции в развитии ОПК, такие как:

- большинство предприятий данной отрасли специализируется на производстве единичных уникальных систем, отвечающих самым высоким требованиям по надежности, в то время как в гражданских сегментах более значимой является себестоимость изделий;
- объем российского рынка более чем в 40 раз меньше рынка поставок для нужд ВМФ;
- при этом промышленный рынок ОПК характеризуется высоким уровнем конкуренции, которая имеет глобальный характер: основные мировые игроки интегрированы с крупнейшими производителями продукции военного назначения.

Ключевыми потенциальными конкурентами оборонного промышленного комплекса ОПК (помимо внутренней конкуренции между отечественными интегрированными холдингами, занимающиеся аналогичными разработками, в том числе для различных видов ВС и родов войск), являются иностранные корпорации, производящие аналогичные системы и комплексы. При этом по большинству показателей финансово-экономической деятельности ОПК России существенно отстает от блоков иностранных корпораций, обладает меньшей продуктовой и географической диверсификацией. Сдерживающим фактором для проникновения иностранных игроков на российский рынок является как политическая воля руководства РФ, так и нежелание западных стран передавать России высокотехнологические разработки военного назначения. Тем не менее, уровень конкуренции на внутреннем рынке будет расти как со стороны российских компаний, в том числе и частных, так и международных игроков.

Поэтому повышение эффективности деятельности и инвестиции в НИОКР необходимы для усиления позиций на российском и внешних рынках.

Из факторов внешней среды, особое внимание следует уделить на следующие:

1. Спрос на продукцию военного и гражданского назначения. Спрос на продукцию военного назначения предъявляется Министерством обороны через ГОЗ, иностранными государствами – по линии ВТС. Колебания спроса по ГОЗ и ВТС критично отражаются на всех направлениях деятельности Концернов. Спрос на гражданскую продукцию определяется общим состоянием экономики и зависит от общего объема платежеспособного спроса.
2. Механизмы стимулирования эффективности предприятий ОПК. Существующие в настоящий момент механизмы регулирования отрасли приводят к неэффективному расходованию ресурсов и переко-

сам в системах управления предприятий ОПК. К таким механизмам можно отнести: ограничение рентабельности по самостоятельно выполняемым работам в рамках ГОЗ, необходимость вложения собственных средств в отчуждаемые НИР и ОКР, целевые показатели, задаваемые разного рода программами развития.

И, конечно же, стабильное, устойчивое, инновационное развитие любого предприятия базируется прежде всего на кадрах, и для развития государство должно расширять меры поддержки кадрового потенциала организаций ОПК.

Литература

1. Особенности формирования и реализации государственной промышленной политики в оборонно-

промышленном комплексе на современном этапе. Игорь Евгеньевич Караваев Статс-секретарь – заместитель Министра промышленности и торговли Российской Федерации – режим доступа к изд.: <http://federalbook.ru/files/OPK/Soderjanie/OPK-8/III/Karavaev.pdf>

2. Основы государственной политики в области развития оборонно-промышленного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу, утвержденные Президентом Российской Федерации 19.03.2010. Подпрограмма 5. ГосСми.ру – режим доступа к изд.: http://gossmi.ru/page/gos1_502.htm;

ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Волосевич Наталья Викторовна

Аспирант кафедры анализа хозяйственной деятельности и аудита, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

PLANNING AS A TOOL FOR CASH MANAGEMENT OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS

Volosevich Natalia Viktorovna, postgraduate student of department "Analysis of economic activity and audit", Plekhanov Russian, University of Economics

АННОТАЦИЯ

В данной статье определен теоретический подход к планированию денежных потоков, обозначена направленность планирования в части стратегического, тактического и оперативного подхода. Произведен прогноз денежных потоков в среднесрочной перспективе трендовым методом.

Ключевые слова: планирование, бюджетирование, прогнозирование, денежные потоки.

ABSTRACT

This paper defines a theoretical approach to the planning of cash flows, indicated by the thrust planning part of strategic, tactical and operational approach. Produced cash flow forecast in the medium-term trend method.

Keywords: planning, budgeting, forecasting, cash flow.

Анализ на основе отчетной информации позволяет оценить степень ликвидности активов и платежеспособность организаций в контексте прошлых событий финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Однако, для решения стратегических задач необходимы данные о будущих денежных потоках организации, а также активах для погашения задолженности.

На сегодняшний момент в экономической литературе предлагается множество методик прогнозирования, причем, авторы, рассматривающие данный аспект, четко не разделяют термины «прогнозирование», «планирование» и «бюджетирование», поскольку практически все имеющиеся методики имеют одинаковую направленность к определению будущих денежных потоков. Остановим свое внимание на планировании (бюджетировании) этапов деятельности коммерческой деятельности.

Бюджетирование, как утверждают авторы Т.П. Карпова и В.В. Карпова, выражается процессом разработки плановых заданий, относящихся к функциональным сферам деятельности организации и подразделениям на предстоящий период. К бюджетированию денежных средств авторы относят «...прогноз денежных потоков, вы-

званных инкассацией и выплатами, также процесс планирования будущих поступлений и выплат в определенное время» [2,194]. Данное мнение также подтверждает, что бюджетирование, прогнозирование и планирование объединяет имеющуюся совокупность в одно направление – определение будущих возможностей в результате движения денежного потока.

В то же время прогнозирование, как процесс определения данных, выраженных количественным измерением, не выступает решением проблемы в комплексе. Процесс поступления и выбытия денежных средств предприятия сопровождается влиянием различных обстоятельств, имеющих вероятностный характер. В результате просчетов различных вариантов определяется ориентировочное значение исходных показателей, и полученные результаты необходимо подвергнуть последующему анализу с целью выбора оптимальной их величины.

Следовательно, прогнозирование в более широком смысле выступает, как метод просчитывания различных вариантов при одновременном сравнении полученных данных и определения альтернативного значения, что соответствует перспективному (прогнозному) анализу.

В отличие от долгосрочного и среднесрочного планирования, которое реализуется в форме стратегических планов, бизнес – планов и инвестиционных проектов, операционное (текущее) планирование осуществляется в форме бюджетирования.

Ключевым во всех процедурах планирования является процесс определения целей организации, так как именно с него начинается любой процесс планирования. На этапе установления целей необходимо определить желаемость и достижимость планируемых мероприятий в установленные сроки.

Планированию отводится ключевая роль в системе принятия решений в организации, поскольку планирование является одной из основных функций управления, причем в замкнутом цикле управления организацией можно выделить стратегическое планирование, тактическое планирование (бизнес – планирование, инвестиционное проектирование) и операционное планирование.

Стратегическое планирование характеризуется постановкой определенных целей, задач, охваченными масштабами и сферой деятельности предприятия, направленное на инновационные или общие количественные ориентиры.

Тактическое планирование применяется на период краткосрочного действия, при этом определяются необходимые предприятию ресурсы, исходя из избранной стратегии.

Текущая деятельность предприятия имеет охват не более одного года, также может быть представлен в помесячной, подекадной или недельной разбивке.

Оперативное и тактическое планирование движения денежных средств, стратегическое планирование или прогнозирование денежных потоков предприятия, а также анализ и контроль результатов прогнозирования,

характеризующих платежеспособность – все эти мероприятия последовательно относятся к этапам процесса управления денежными средствами.

Составление текущих финансовых планов, прогнозные варианты совершения крупных хозяйственных операций не могут быть осуществлены без планирования денежных потоков по ним. Прогнозирование денежных потоков тесным образом связано, в первую очередь, со стратегическим планированием развития предприятия на перспективу, во-вторых, с оперативным финансовым планированием [1, 66].

Таким образом, для оценки планов и возможности их выполнения, необходимо проанализировать отчеты за ряд лет, как вариант получения полной картины финансовых «обычаев» руководства [3, 207].

На сегодняшний день существует множество статистических методов прогнозирования показателей деятельности предприятия, обратимся к одному из них – «трендовому методу».

Уравнение линейного тренда имеет вид:

$$Y_t = a_0 + a_1 \cdot t \quad (1)$$

где a_0 и a_1 – параметры уравнения;
 t – обозначение времени.

Для вычисления параметров функции на основе требований метода наименьших квадратов составляется система нормальных уравнений:

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \times \sum t = \sum Y; \\ a_0 \cdot \sum t + a_1 \times \sum t^2 = \sum t \times Y, \end{cases} \quad (2)$$

Составим матрицу расчетных показателей для определения основных параметров a_0 и a_1 на примере действующего предприятия.

Таблица 1

Расчет значений выровненного ряда методом наименьших квадратов предприятия «АВС» за 2011-2014 гг.

Период	Чистый денежный поток, тыс. руб. Y	t	Y*t	t ²	Yt = a ₀ + a ₁ * t
2011 год	1849	-2	-3698	4	19694,5
2012 год	2359	-1	-2359	1	212649,5
2013 год	-1618	+1	-1618	1	598559,5
2014 год	9890	+2	19780	4	791514,5
Итого	12480	0	12105	10	1622418

$$Y_t = \frac{\sum Y}{n} + \frac{\sum Y_t}{\sum t^2} \quad (3)$$

$$\hat{a}_0 = \frac{\sum Y}{n} \quad (4)$$

$$\hat{a}_1 = \frac{\sum Y_t}{\sum t^2} \quad (5)$$

$$a_0 = 12480 / 4 = 3120;$$

$$a_1 = 12105 / 10 = 1210,5.$$

Таким образом, уравнение тенденции имеет вид:

$$Y_t = 3120 + 1210,5 \cdot t.$$

Построим прогноз на следующие за отчетным три года:

$$Y_{2015} = 3120 + 1210,5 \cdot 3 = 6751,5;$$

$$Y_{2016} = 3120 + 1210,5 \cdot 4 = 7962;$$

$$Y_{2017} = 3120 + 1210,5 \cdot 4 = 9172,5.$$

В результате расчета прогнозных данных имеем, что в результате прогноза чистый денежный поток за период с 2015-2017 будет возрастать на 1210,5 тыс. руб. и по итогам 2017 г. составит 9172,5 тыс. руб.

Следовательно, прогнозирование дает возможность предугадать общую тенденцию функционирования организации относительно денежных потоков.

Безусловно, имеющиеся методики в экономической литературе, заслуживают внимания. Однако, полученные данные зачастую носят неточный, условный, приблизительный характер, однако, вероятность является следствием любого прогнозирования. Как отмечает известный американский экономист Акофф Р.: «Мы могли бы полностью предсказать будущее, если бы полностью контролировали его, если бы были всемогущими. Тогда прогнозирование имело бы важное значение, поскольку

мы были бы в состоянии построить любое будущее». [4,17] С выражением автора трудно не согласиться, тем не менее, грамотное интерпретирование экономических процессов сегодня, на наш взгляд, позволит эффективно управлять процессом функционирования предприятия и завтра.

Литература

1. Арланова О.А., Гаврилова М.О. Эффективное управление денежными потоками // Сборник статей Всероссийской науч.-практ. конф. (Чебоксары, 17-18 июня 2014 г.) / редкол.: Н. В. Тумаланов [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2014. – 116 с.
2. Карпова Т.П., Карпова В.В. Учет, анализ и бюджетирование денежных потоков: Учеб. пособие – М.: Вузовский учебник: ИНФРА -М, 2014. – 302 с.
3. Григорьева Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: учебник М.: Юрайт, 2013. 462 с.
4. Сорокина Е.М. Анализ денежных потоков предприятия: теория и практика в условиях реформирования российской экономики. – 2-е изд., перераб. и доп. – М: Финансы и статистика, 2004. – 176 с.: ил.

КЛАССИФИКАЦИЯ СИСТЕМ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Волчек Юлианна Владиславовна

магистр бизнес-администрирования, Полесский государственный университет, г. Пинск

CLASSIFICATION OF REMOTE BANKING SYSTEMS

Volchek Yuliana Vladislavovna, master of business adminitrirovaniya, of Polesie State University, Pinsk

АННОТАЦИЯ

В статье обобщены подходы к классификации систем дистанционного банковского обслуживания с целью выявления их соответствия требованиям клиентов, а также предотвращения потенциальных рисков, возникающих в деятельности финансово-кредитных учреждений.

ABSTRACT

The paper summarizes the approaches to the classification of remote banking systems in order to identify their compliance with the requirements of customers, as well as prevention of potential risks arising from the activities of financial institutions.

Ключевые слова: дистанционное банковское обслуживание (ДБО); классификация систем (ДБО); услуги (ДБО).

Keywords: remote banking services, classification systems, services

Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) входит в перечень предоставляемых услуг всех банков. Для того чтобы понять перечень услуг, оказываемых по средствам ДБО, рассмотрим характеристики, свойства и виды систем ДБО.

Практики рассматривают ДБО как технологию предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом, находящимся вне банка, чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей [3].

Перечень услуг, оказываемых посредством систем ДБО, достаточно обширен и постоянно пополняется. Можно выделить следующие группы услуг:

- операции с депозитами (выписки о приходных и расходных операциях, просмотр остатка, оплата товаров и услуг);
- операции с кредитами (подача заявки на предоставление кредита, погашение кредита, просмотр остатка, график платежей);
- операции с банковскими картами (подача заявки на выпуск/перевыпуск карты, блокировка карты, перевод средств между картами);
- денежные переводы (внутри банка, межбанковские);
- операции с валютой (конвертация, покупка/продажа);
- оплата товаров и услуг;

- обмен электронными документами (например, заказ платежных карт, передача документов в целях валютного контроля и т.д.) [2];
- информационное сообщение банка (об изменении ставок, режиме работы, реклама продуктов и услуг и т.д.).

По степени комплектации предоставляемых услуг ДБО делится на три группы:

- минимальный уровень (получение выписок, и/или информации о транзакциях);
- типовой уровень (операции с депозитами, кредитами, денежные переводы, информационные сообщения);
- комплексный (все или почти все перечисленные услуги).

По виду оказываемых услуг различаются системы ДБО:

- информационные (предоставление финансовой информации, например, курсы обмена валют, SMS-информирование, новости банка, получение выписок и т.д.);
- транзакционные (проведение клиентом финансовых транзакций, т.е. зачисление или списание денежных средств, например, платежи, управление счетом и т.п.);
- коммуникационные/консультационные – получение клиентом консультации по тому или иному во-

просу без посещения офиса банка, в том числе в режиме реального времени, с возможностью идентификации клиента.

Услуги могут предоставляться по различным каналам:

- с помощью телефона – с использованием голосового сервиса или модемной связи;
- интернета (с использованием протоколов world wide web, e-mail (электронная почта);
- сотовой связи (выполняющей функции на основе сервисов short message service (SMS) – служба коротких сообщений в мобильной связи; unstructured supplementary service data (USSD) – стандартный сервис в сетях GSM, позволяющий организовать интерактивное взаимодействие между абонентом сети и сервисным приложением; wireless application protocol (WAP)– беспроводной протокол передачи данных)

По технологии оказания услуги ДБО делятся на:

- клиент – банк, когда клиент получает доступ к системе посредством программного обеспечения, установленного на компьютере клиента;
- интернет - банкинг – клиент получает доступ к услугам непосредственно через браузер, чаще всего на компьютере клиента;
- интернет – банкинг – клиент получает доступ к услугам непосредственно через браузер;
- мобильный – банк – клиент получает доступ к услугам с помощью мобильного телефона [4,5].

В части финансового обеспечения доступ клиентов к системе ДБО может быть платным и бесплатным, с абонентской платой или без таковой, плата может взиматься за факт оказания услуги или за транзакцию. Способы оплаты обычно зависят от тарифной политики банка и конкурентной среды. В любом случае стоимость услуг, получаемых по средствам ДБО будет, ниже чем при личном обращении в банк.

Доступ к системе ДБО может предоставляться следующими способами аутентификации:

- логин и пароль (комбинация символов, присваиваемая банком при регистрации клиента в системе ДБО);
- электронная подпись – информация в электронной форме, которая используется для определения лица, подписывающего информацию

- биометрия как способ распознавания клиента по одной или более физической или поведенческой черте [1];.

Обычно банки используют несколько факторов аутентификации, а иногда предоставляют доступ для осуществления транзакции или сеанса связи только после ввода одноразового кода (сеансового пароля). Одноразовые коды (сеансовые пароли) могут быть получены следующим образом:

- таблиц с одноразовыми кодами, или скретч-карты, получаемой клиентом в банке;
- SMS – сообщений с кодом подтверждения – код генерируется на стороне банка и отправляется на номер мобильного телефона, указанный клиентом при регистрации в системе ДБО;
- OTP – токенов, с использованием электронных устройств для генерации сеансовых паролей;
- PinPad – устройства, оснащенного экраном для отображения платежной информации и кнопками подтверждения платежа. Поступающая в устройство информация отображается на экране, проверяется и подтверждается пользователем, затем аппаратно формируется электронная подпись.

Иметь представление о классификации систем ДБО полезно как клиентам банков, так и специалистам финансово-кредитных учреждений. Для понимания разнообразия систем ДБО их свойств при принятии стратегических решений в области внедрения, развития, а также для управления рисками, связанными с системами ДБО.

Список литературы

1. Адов Д.Е. Подходы к классификации систем дистанционного банковского обслуживания // Банковское дело. 2013. № 3. С. 120-123.
2. Букирь М.Я., Копытин В.Ю., Пухов А.В. Денежные переводы и прием платежей // Бизнес-энциклопедия. М.: Маркет ДС, 2010. 516 с.
3. Дистанционное банковское обслуживание. М. КноРус; ЦИПСИР, 2010. 328 с.
5. Кирьянов М. Дистанционное банковское обслуживание в России // Банковское дело. 2009. № 8. С. 77-79.
6. Лямин Л.В. Применение технологий электронного банкинга: риск-ориентированный подход. М.: КноРус; ЦИПСИР, 2011. 336 с.

УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С ПОКУПАТЕЛЯМИ ДО И ВО ВРЕМЯ ЭПОХИ МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Гаврилова Вероника Николаевна

аспирант кафедры Маркетинга и логистики, Самарский государственный экономический университет,
г. Самара

MANAGING RELATIONSHIPS WITH CUSTOMERS BEFORE AND DURING THE ERA OF MASS CONSUMPTION

Gavrilova Veronika Nikolaevna, Aspirant of the Department of Marketing and Logistics Of Samara State of Economic University, Samara

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается система управления взаимоотношениями с покупателями розничных торговых сетей, ее сравнение с управлением взаимоотношениями с покупателями до наступления эпохи массового потребления, а также методы, принципы и инструменты системы в современном мире.

ABSTRACT

The article discusses the relationship management with customers of retail chains, comparing it with the management of relationships with customers before the era of mass consumption, as well as the methods, principles and tools of the modern world.

Ключевые слова: розничная торговая сеть, управление взаимоотношениями с потребителями, коммуникации с покупателями, обслуживание покупателей, качество обслуживания покупателей.

Keywords: retail chain, customer relationship management, communication with customers, customer service, quality of customer service.

В условиях современной конкуренции розничные торговые сети обязаны предлагать своим покупателям высокое качество обслуживания. Компания может построить грамотный сервис-менеджмент только на основе знаний о потребителях, их настроении, ценностях, предпочтениях. Одним из инструментов его построения является формирование системы управления взаимоотношениями с покупателями (УВП).

Основная цель УВП - построение длительных взаимовыгодных отношений с потребителями на основе формирования крепкой эмоциональной связи, что способствует развитию осознанной лояльности покупателей к розничной торговой сети. Таким образом, задача УВП состоит в осуществлении взаимодействия с аудиторией из одного покупателя. Наличие у работника развернутой информации о каждом клиенте означает также, что у него есть все шансы найти дополнительные возможности для бизнеса и, тем самым, принести компании дополнительный доход. Понимание настроения индивидуальных покупателей и выстраивание диалога с каждым отдельным клиентом в соответствии с его конкретными потребностями достигается путем правильного сочетания организации, систем и процессов.

Управление взаимоотношениями с покупателями (УВП) отнюдь не является новым изобретением. Когда-то (до XX века) располагались по углам зданий магазинчики, и уже тогда их хозяева практиковали УВП. Продавец или владелец этого магазина, как правило, знал все семьи, проживающие в близлежащих домах. Когда в магазин заходил кто-то из соседей, владелец вступал с ним в беседу, отмечал, что именно приобрел покупатель, возможно, знал его проблемы, мог торговаться и получать за счет этого дополнительную прибыль.

Люди чувствуют себя более комфортно, покупая в магазине, где их уже знают, любят и ждут. Они даже готовы платить больше за возможность приобретать знакомые товары у знакомых продавцов, в дружественной атмосфере. Поэтому, чтобы покупатели надолго становились лояльны к сети и приводили других клиентов, очень важно создавать в торговой точке атмосферу доброжелательности и уюта.

К сожалению, с наступлением в конце 1960-х гг. эры массового потребления маленькие магазинчики были вытеснены с рынка супермаркетами, которые имели возможность закупать товар большими партиями и предлагать относительно низкие цены. С тех пор процесс покупки превратился в совершенно обезличенную деятельность, в неизбежную, многократно повторяемую, шаблонную работу. К тому же, чем крупнее становились магазины, тем дальше они были от покупателей. При таком стремлении

к массовости отдельный покупатель превращается в каплю в огромном море, и гипермаркеты представляют собой полную противоположность семейным магазинчикам. [1, с.41]

Таким образом, розничным сетям приходится выстраивать такие каналы взаимодействия с клиентами, что максимально приблизиться к ним, построить доверительные отношения.

При формировании процесса управления взаимоотношениями необходимо руководствоваться следующими принципами [2, с.92]:

1. Исследование интересов и потребностей покупателя (кто он, какая у него семья, заработная плата, интересы, потребности, впечатления и т.д.).
2. Взаимодействие розничной сети с покупателями. Связь осуществляется различными способами: по телефону, почте, через Интернет, благодаря личному контакту. Каналы коммуникации должны быть доступными для покупателя, то есть, чтобы они могли без проблем общаться с розничной торговой сетью.
3. Информационное обеспечение потребителя. Покупателя должны оповещать о потенциальных возможностях розничной сети, о том, что они смогут приобрести, по каким ценам и условиям.
4. Информационное обеспечение процесса управления взаимоотношениями с покупателями должно быть четким, понятным и объективным: как часто они совершают покупки, на какую сумму, последняя их покупка, что клиенты принимают в торговой марке.

Вышеперечисленные принципы позволяют выработать тактику УВП, которая способствует формированию доверительных отношений между розничной сетью и покупателем на основе знаний о покупателе. Такой подход дает хорошие конкурентные преимущества компании.

Управление взаимоотношениями с потребителями розничных торговых сетей включает в себя несколько составляющих. Во-первых, это умение вести диалог с покупателем. Сеть должна как можно чаще проводить беседы с покупателями, чтобы знать, чего они хотят и чем интересуются, иначе потребители сети станут ощущать незаинтересованность в их потребностях. Во-вторых, в системе УВП важен подход к покупателям. Залог успеха процесса, управляемого взаимоотношениями с покупателем, - ориентация торговой сети на потребителя.

Третьей и, возможно, важнейшей составляющей УВП является знакомство с клиентами. Процесс осуществления знакомства с клиентом может происходить в различных формах. В современном мире можно выделить

несколько методов коммуникации с потенциальными и реальными покупателями [3, с.350]:

1. Коммуникации в Интернете,
2. Коммуникации с помощью печатных изданий.

Одним из наиболее эффективных средств коммуникации в Интернете является электронная почта. Письмо, отосланное через Интернет, уже через несколько минут приходит к адресату на другом конце планеты, что является одним из основных преимуществ электронной почты перед обычной. Кроме того, затраты на такую пересылку минимальны. Поэтому электронная почта во многих компаниях становится незаменимым инструментом при ведении предпринимательской деятельности.

Электронная почта активно применяется в рекламных целях. К способам рекламы посредством электронной почты относятся:

- рассылка рекламных предложений без прямого согласия получателей («спам»). В настоящее время многие рекламодатели в результате отсутствия опыта или осознанно злоупотребляют рассылкой рекламных сообщений данного рода. При использовании спама надо готовиться к тому, что помимо заинтересованных клиентов в фирму обратится большое число раздраженных пользователей и выскажет свое возмущение ненужной рекламой, а часть потребителей может даже затребовать компенсации материального ущерба ввиду затрат на прием и обработку ненужной корреспонденции.
- рассылка рекламных предложений при прямом согласии получателей («opt-in маркетинг»). Поскольку она подразумевает желание потребителей получить информацию о торговой розничной сети, то этот способ более эффективен, чем спам, но не способен привлечь новых клиентов.
- электронные журналы, каталоги, брошюры, буклеты, рассылаемые по e-mail. Электронный журнал является наиболее привлекательной для интернет-пользователей формой получения информации. Однако это один из наиболее трудозатратных и сложных способов организации e-mail-маркетинга, так как он требует привлечения опытных авторов для написания новостей, создания обзоров и других материалов, которые были бы интересны интернет-пользователям. При создании электронных журналов следует придерживаться следующих принципов [4, с.210]:

1. Профессионализм автора по ведению электронных рассылок позволяет сформулировать практические советы по организации электронных рассылок потребителям на тему новостей розничной сети, товаров недели и т.п.
2. Привлечение компетентных авторов. Репутация компании во многом зависит от качества информационных материалов, рассылающихся по электронной почте. Если в рассылке появится, например, обзор той или иной отрасли, который сделал некомпетентный специалист, то это может нанести вред имиджу компании.
3. Использование информативных тем рассылок. Заголовков должен давать представление о содержании материал. Зачастую в рассылках ошибочно используются броские, но ни о чем не говорящие за-

головки. Читатели могут счесть, что тема не соответствует смыслу информации, и, как возможное следствие, их доверие к будущим материалам, присылаемым сетью, будет потеряно.

4. Достаточное количество рекламы. Электронный журнал должен заинтересовать читателей и быть для них полезным. Если он каждый раз будет состоять из списка рекламируемых товаров, то подписчики, возможно, будут отписываться от такой рассылки уже после одного-двух писем.
5. Разнообразие информации. Одной из главных задач, стоящих перед ответственным за рассылку, является удержание уже имеющихся подписчиков и привлечение новых. Для этого нужно принимать во внимание, что интересы клиентов могут быть весьма разнообразными и что их может не удовлетворять малая содержательность рассылки. Для того чтобы избежать этого, необходимо предоставлять разножанровую информацию, но в рамках заявленной темы.
6. Соблюдение периодичности рассылки. Вопрос о сроках рассылки играет важную роль для удержания покупателей. Если рассылать слишком часто, подписчикам это могут проявлять недовольство; если слишком редко — сочтут, что у вас малосодержательный ресурс. Решение о периодичности лучше принимать на основе характеристик целевой аудитории, а также типа и назначения предоставляемой информации. Например, для компании, торгующей бытовой техникой, нет смысла делать информационную рассылку для потребителей каждый день, так как читатели могут счесть ее весьма назойливой и быстро отписаться от нее. Один-два раза в месяц для данного случая будет вполне достаточно. В то время как сеть, торгующая товарами повседневного спроса, может рассылать своим подписчикам информацию о текущих скидках каждый день, что может быть положительно воспринято среди целевой аудитории.
7. Фирменный дизайн каталогов — это та «идеальная одежда», по которой Вас будут встречать партнеры и клиенты. Грамотно разработанный дизайн каталога способен не только сделать популярным конкретный вид товара, но и создать репутацию, «лицо» всей розничной сети. Уровень профессионализма и новизна идеи дизайна определяют качество и востребованность создаваемой презентационной или рекламной продукции. Разработка любого, даже самого небольшой брошюры или каталога требует совмещения индивидуального стиля, тщательно отобранной информации и реального воплощения неординарных идей.

Очевидно, что электронный каталог может быть мультимедийной версией печатного информационного каталога розничной сети.

Создание информационного каталога — это всегда творческая и ответственная задача, которая требует совместить большие объемы информации с неординарным, способным заинтересовать дизайном. Основной целью создания каталога является максимальное донесение информации покупателей об ассортименте розничной сети и ее текущих предложениях. Для реализации этой цели при создании информационных каталогов и буклетов

главное внимание уделяется, прежде всего, грамотному и идеальному во всех отношениях размещению больших объемов информации. Услуга по созданию каталогов продукции, товаров подразумевает создание яркого рекламного продукта, позволяющего клиентам легко ориентироваться в разнообразии предложений и делать правильный выбор. Особое внимание необходимо уделять фотосъемке товаров. Именно качественные рекламные фотографии в 90% случаев играют определяющую роль в решении о покупке.

Печатные каталоги и буклеты, могут находиться в бесплатном доступе в торговых точках сети. Так покупатели, приходя в магазин, смогут быть заинтересованы в повторном его посещении. Также буклеты могут раздаваться промоутерами на улице, однако, вполне вероятная их участь – оказаться в ближайшей урне.

Наиболее эффективным способом информативности целевой аудитории посредством каталогов, брошюр, буклетов, является прямая почтовая рассылка. Таким образом, каталог, окажется сначала в почтовом ящике потенциального покупателя, а затем на его журнальном столике в квартире, а значит, вероятность его просмотра увеличивается в разы.

Как и все современные методы коммуникаций, различные виды каталогов могут совмещаться, создавать синтезы и новые продукты. Но всегда неизменным останется одно золотое правило формирования любого каталога – размещение только той информации, которая окажется интересной и полезной вашей аудитории. Таким образом, розничная сеть сможет качественно обслуживать своих покупателей.

Литература

1. Царевская О. Ключевые клиенты: проблемы выбора/Sales business/ Продажи. - № 7, июль 2010.
2. Алиева З.М. Концепция формирования потребительского поведения под влиянием маркетинга отношений в розничной торговле// Terra Economicus, №4-2, Т.11., 2013.
3. Богданов М.С. Оценка конкурентоспособности предприятий сетевой розничной торговли// Теория и практика общественного развития, № 8, 2012.
4. Петрашко О., Федоров К. Создание каталогов/ БизнесИнформ, №3, 2014.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ФИРМЫ В СТОИМОСТНЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ

Гаврилова Надежда Александровна

Магистрант 2-ого курса «Оценки бизнеса», Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет

COMPETITIVE ADVANTAGES VALUTION

Gavrilova Nadezhda, 2nd year Master Student "Business Valuation", St. Petersburg State Economic University

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена вопросу оценки конкурентных преимуществ фирмы. Автор приводит сравнительный анализ существующих подходов к оценке конкурентных преимуществ, а также предлагает формулу для количественной оценки конкурентных преимуществ.

ABSTRACT

The article focuses on the valuation of competitive advantages of a firm. The author carries a comparative analysis of existing approaches to the assessment of competitive advantages, as well as provides a formula to quantifying valuation of the competitive advantages.

Ключевые слова: институциональная концепция; рыночная концепция; ресурсная концепция; ресурсы; способности; конкурентные преимущества.

Key words: institute conception; market conception; resource conception; resources; abilities; competitive advantages.

Для планирования и осуществления деятельности компании в условиях жесткой конкурентной борьбы на рынке, а также для принятия и оперативных решений, руководству компании, в первую очередь, следует определить источники формирования конкурентных преимуществ фирмы. Однако проблема заключается в том, что на сегодняшний день все существующие теории, посвященные выявлению конкурентных преимуществ, являются в значительной степени описательными (качественными). В каждой из них есть свои отличительные черты и методы, которые в той или иной степени позволяют принять управленческое решение, однако они не дают точной оценки ситуации, сложившейся на рынке. Это порождает необходимость в разработке новой теории, позволяющей количественным образом (в стоимостных показателях) определять конкурентные преимущества фирмы.

На основе теории Майкла Портера и исследований В.Е. Машенко можно представить следующую схему конкурентных преимуществ (см. рис. 1) [1; 2].

Здесь важно выделить два источника формирования конкурентных преимуществ: ресурсы и способности. Для ведения успешной деятельности фирме необходимо создавать и координировать группы ресурсов, - это факторы производственного процесса, а способности фирмы определяют ее потенциал в осуществлении той или иной задачи. Другими словами, конкурентные преимущества фирмы напрямую зависят от способностей фирмы, источником которых являются ресурсы.

Р.М. Грант выделяет четыре основные характеристики ресурсов и способностей, являющихся особенно важными детерминантами устойчивости конкурентного

преимущества, - это долговечность, прозрачность, мобильность и воспроизводимость. Долговечность определяет, насколько быстро устаревают ресурсы и способности, прозрачность позволяет конкурентам определить, какие способности, а, следовательно, и ресурсы необходимы для получения определенного преимущества. Низкая мобильность и сложная воспроизводимость ресурсов

и способностей ограничивает доступ конкурентов к преимуществам устоявшейся компании.

Однако указанные характеристики являются качественными, следовательно, встает задача определить их количественный эквивалент.

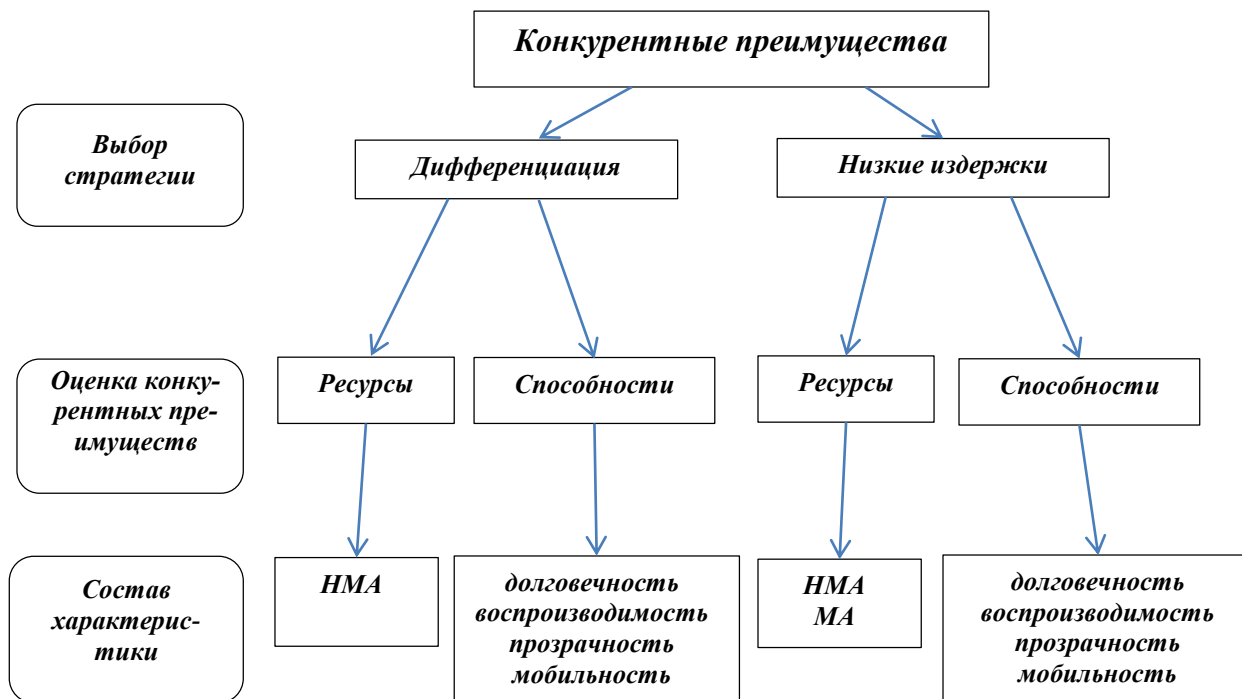


Рисунок 1. Схема определения конкурентного преимущества

В связи с этим можно предложить следующую формулу для определения конкурентного преимущества фирмы (в основу которой положена формула Е.В. Машченко) [1]:

$$КП = a \cdot P + b \cdot C + v, \quad (1)$$

где КП – конкурентное преимущество, Р – ресурсы фирмы (у Е.В. Машченко – конкурентный потенциал), С – конкурентные способности фирмы, v – введенная нами переменная, которая влияет на конкурентные преимущества, не зависимо от деятельности компании, ее ресурсов и способностей.

Коэффициенты «а» и «б» в данной формуле представляют собой показатели, характеризующие фирму и отражающие ее сильные и слабые стороны.

По Машченко, коэффициенты могут отражать долю фирмы на рынке и ее динамику, имидж бизнес-единицы и динамику ее роста, ценовую прочность, владение коммерческой информацией, внедрение новых технологий, квалифицированность персонала и пр.

В качестве ресурсов (рис. 1) выступают материальные и нематериальные активы. И если с материальными активами все более или менее ясно, и информация о них вполне доступна, то с НМА, в первую очередь определяющими конкурентный потенциал компании, – задача более сложная. Следует выделить из состава нематериальных активов те, что могут генерировать инновации, и провести стоимостную оценку таких НМА, которые участвуют в формировании конкурентных преимуществ фирмы.

Кроме того, деятельность компании традиционно разделяется на три основных направления – операционная деятельность, финансовая деятельность и инвестиционная деятельность.

Исходя из предпосылки, что каждый вид деятельности компании приносит ей определенные конкурентные преимущества (или наоборот их лишает), постараемся определить, к какому виду деятельности относится каждая из приведенных выше характеристик.

Операционная деятельность – это основная деятельность компании, которая приносит основной доход. К тому же именно операционная деятельность определяет, для чего была создана компания. Операционная деятельность – это «прозрачность».

Финансовая деятельность направлена на мобилизацию финансовых ресурсов в объеме, необходимом для финансирования производственного и социального развития, а также для увеличения собственного капитала [3]. Именно этот вид деятельности – «мобильность».

Инвестиционная деятельность направлена на умножение капитала и приобретение как материальных, так и нематериальных активов. Таким образом, именно этот вид деятельности в большей степени позволяет воспроизводить те или иные преимущества конкурентов, а также создавать свои. Инвестиционная деятельность – это «воспроизводимость».

Инвестиции помимо развивающей функции выполняют воспроизводственную и санирующую функции. Другими словами, инвестиции обеспечивают обновление фондов и вывод из эксплуатации устаревших технологий,

определяя долговечность конкурентного преимущества. Это позволяет сделать вывод о том, что «долговечность» также относится к инвестиционной деятельности.

Отразить результат операционной деятельности можно при помощи показателя «производительности труда», финансовой – показателем «средневзвешенная стоимость капитала», инвестиционной (определяющей долговечность и воспроизводимость) – комплексом показателей.

В связи с этим модифицируем формулу (1) введением определенных выше показателей:

$$КП = Д * Н + ССК * С + В, \quad (2)$$

где Д – доля рынка (отношение объема реализации к емкости рынка);

Н – сумма средств, затрачиваемых на НИОКР (характеризует наличие и количество крайне инновационных ресурсов);

ССК – средневзвешенная стоимость капитала (показывает относительные затраты организации на привлечение капитала), – отражает финансовую эффективность деятельности компании;

С – способности, рассчитываемые по формуле ($C = \text{производительность труда} * \text{коэффициент годности основных средств}$). В данном случае учитываются эффективность труда, конкурентоспособность основных средств, которые отражают операционную и инвестиционную активность организации в прошлых периодах, что в значительной степени позволяет отразить и её конкурентные способности; В – факторы, которые связаны с внешними условиями. В рамках данного исследования внешние факторы не рассматриваются, однако очевидно, что наличие благоприятного инвестиционного климата в стране/регионе способствует созданию и росту конкурентных преимуществ.

Формула (2) и использованные показатели представляют авторскую гипотезу, опирающуюся на передовые исследования в сфере конкурентных преимуществ

(работы Р.М. Гранта, В.Г. Когденко), их практическая значимость может быть определена только в ходе дальнейших эмпирических исследований. Для проведения таких исследований требуется привлечение специалистов, работа с различными, иногда труднодоступными в стране, источниками информации, а также модернизация способа обработки достоверной информации, в частности, развитие и более глубокое внедрение квалиметрических методов.

Работа в данном направлении является перспективной и будет продолжена автором. Полученные результаты помогут компаниям принимать правильные и точные решения в части развития своих конкурентных преимуществ, что весьма актуально в современных условиях конкуренции на рынке.

Список литературы

1. Грант Р.М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2003. – серия 8 (выпуск 3). – с.47-75
2. Машенко В.Е. Системное корпоративное управление. – М.: Сирин. – 2003. – 251 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов: Учебное пособие. – М.: Альпина Паблишер. – 2007. – 500 с.
4. Азаренкова Г.М. Финансы предприятий [электронный ресурс]. – URL: http://uchebnikonline.com/finansu/finans_pidpriyemstv-azarenkova_gm/finansova_diyalnist_pidpriyemstva_zmist_zavdannya_organizatsiya_finansovoyi_roboti_pidpriyemstvah.htm.
5. Когденко В.Г. Ясные критерии оценки бизнеса и деятельности организации [электронный ресурс] // НП ЦДО «Элитариум». – URL: http://www.elitarium.ru/2013/07/03/jasnye_kriterii_ocenki_biznesa_i_deyatelnosti_organizacii.html

ВЛИЯНИЕ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Гилязов Айдар Хамзович

Аспирант, ГБУ «Центр перспективных экономических исследований», Republic of Tatarstan, Russia, Kazan

Мифтахетдинова Зульфия Хафизовна

Аспирант, ГБУ «Центр перспективных экономических исследований», Republic of Tatarstan, Russia, Kazan

INFLUENCE OF SPECIALIZATION ECONOMICS TO IMPROVE THE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION

Gilyazov Aydar Hamzovich, graduate, Center of Advanced Economic Research in the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Russia, Kazan

Miftakhettidinova Zulfiya Hafizovna, graduate, Center of Advanced Economic Research in the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Russia, Kazan

АННОТАЦИЯ

В статье проанализировано значение специализации в повышении эффективности региональной экономики. На примере Республики Татарстан, на основе вычисления коэффициента специализации, выделены основные отрасли специализации региона, а также определены основные векторы дальнейшего развития экономики. Отдельное внимание уделено значению специализации экономики и ее роль в повышении качества жизни населения.

ABSTRACT

The article analyzes the importance of specialization in improving the regional economy. The author highlighted the main industry specialization of the Republic of Tatarstan by calculating the coefficient of specialization; in the article determined branches of the economy as the basic vectors of further development of the region. Special attention is given to the value of specialization economics and its role in enhancing the quality of life of the population.

Ключевые слова: региональная экономика, специализация, коэффициент специализации; «полюса роста», кластеры, инновационное развитие, конкурентоспособность, промышленность региона.

Keywords: regional economy, specialization, specialization ratio; "poles of growth", clusters, innovation development, competitiveness, the industry in the region.

Each region of Russia is characterized by its inherent resources, national and historical features, the structure of the economy, level of economic development, specialization. Occupying a certain place in the economic complex of the country, the region is at the same time, single economic unit with others¹. In modern conditions as a result of participation of Russian regions in the territorial division of labor, each subject of the Federation within the economic space of the country has its own specialization. It is the specialization is determined by the concentration in the region of specific types of industries that meet its production needs but also the needs of other regions of the country, in addition, also exporting to other countries. Thus before the regional authorities is important for the formation of the optimal industrial structure of the region's economy that can provide successful ongoing development of the regional economy and ensure the competitiveness of the subject of Federation.

The experience of the advanced regions over the last decades has shown that the best way to improve the competitiveness of the economy of the region is development on the basis of allocation "growth poles", the work on the optimization of which will contribute to improving the efficiency and other industries in the region. In achieving this goal importance is the strengthening of intersectoral and interregional relations in the market. Synergistic effect of strengthening inter-sectoral linkages and the formation of specializa-

tion is the creation in the regions of cluster model of the economy. The clustering analysis of the Russian economy shows that in recent years the cluster approach has been applied in all spheres. Approved and applied the relevant legal documents, systematically carried out various activities for the implementation of cluster policy, creating new innovative territorial clusters, we investigate various aspects of the clustering process².

One of the best examples of the successful implementation of the cluster model of the economy is the Republic of Tatarstan, where this model is one of the priority directions of development prescribed in the development Strategy of Kazakhstan until 2030³. The calculation of the coefficient specializable for various branches of economy of the Republic of Tatarstan showed that in the Republic the main "growth poles" are petrochemical industry, automotive industry. Coefficients of specialization for the economy of the region was calculated by the following formula:

$$K_s = \frac{q_i}{q_p}$$

where q_i is the region's share in total Russian production; q_p — the region's share in the total population of Russia. Consider the application of this formula to the example of the petrochemical industry of the Republic of Tatarstan. Table 1 shows the indicators, which will be played the calculation according to the above equation.

Table 1

The indicators for the calculation of the coefficient of specialization of the region

	Russian Federation	Tatarstan
Population, in millions	143,3	3,838
The volume of shipped products in the industries of petrochemical complex ⁴ , billion rubles.	17175 ⁵	896,3 ⁶

$$K_s = \left(\frac{896,3 \div 17175}{3,938 \div 143,3} \right) \cdot 100 \% = 5,21$$

The resulting coefficient of specialization of above 1, which confirms the hypothesis that the petrochemical industry is an industry of specialization for the Republic of Tatarstan. This industry develops in the region on the basis of the Kamsky innovative territorial and production cluster, which is specialized in petrochemicals, oil refining, and automotive. One of the advantages of this cluster is the high degree of localization of its participants. At a distance of 30 km there are the basic, so-called "anchor" enterprises such as JSC

"TANECO", "TAIF-NK", "KAMAZ", OJSC "Nizhnekamskneftekhim", "Nizhnekamskshina" special economic zone "Alabuga".

Automotive cluster, which is also the specialization branch of Tatarstan, in recent years in the Republic began to develop with renewed vigor. This is evidenced by the events of recent months: the opening lines for the production of KAMAZ vehicles on compressed natural gas⁷, as well as running in the special economic zone "Alabuga" the new production line of the company "Ford Sollers"⁸

¹ Regional economy: textbook / T. G. Morozova and others; under the editorship of Professor T. G. Morozova. — 4-e Izd., revised and enlarged extra — M.: UNITY-DANA, 2006. — 527 p.

² Kotlyarova S. N. Practice of formation of clusters in Russian regions // Regional economy. Theory and practice. — 2012. -24 (255) — 2012. — P. 29-39.

³ Strategy for socio-economic development of the Republic of Tatarstan till 2030 [Electronic resource]. — Access mode : <http://tatarstan2030.ru/> (accessed 07.05.2015)

⁴ Includes economic activities: mining of energy minerals, production of petroleum products", "chemical production", "manufacture of rubber and plastic products".

⁵ Industry of Russia — 2014: statistical collection // Federal state statistics service / [Electronic resource]. — Access mode: http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_48/lssWWW.exe/Stg/01-04.doc.

⁶ The report "Summary of activity of the enterprises of petrochemical complex of the Republic of Tatarstan in 2013" // Ministry of industry and trade of the Republic of Tatarstan / [Electronic resource]. — Access mode: http://mpt.tatarstan.ru/file/%D0%98%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B8%D0%9D%D0%93%D0%A5%D0%9A_2013_+1%D0%BA%D0%B2.docx (08.05.2015).

⁷ Rustam Minnikhanov and Alexey Miller opened in Naberezhnyye Chelny new building for the production of gas "KAMAZ" // Business e-newspaper "Business Online" [Electronic resource]. — Access mode : - <http://www.business-gazeta.ru/article/130894/> (accessed 07.05.2015).

⁸ Rustam Minnikhanov: "We create in Tatarstan powerful automotive cluster" // News portal "Events" [Electronic resource].—Access-

It should be noted that if the petrochemical industry and the automotive industry developed by the Republic for a long time, in recent years, increased attention has been paid to innovative development, particularly information technology. In this regard, it should be noted that in developing the region three IT-cluster:

- Kazan economic zone on the basis of Technopark in the sphere of information and communication technologies "IT-Park";
- Kama economic zone;
- smart city "Innopolis".

Speaking about the development of innovative cluster, you need to pay more attention to the science city "Innopolis". The project, which began with 2010, along with innovative centre SKOLKOVO, is one of two being built from scratch in the post-Soviet period in Russia of innovative science cities. "Innopolis" involves the formation of a platform for creating innovative developments for the Russian industry. In "Innopolis" to mark the employees of the state Corporation "rostec", create IT-the design center, also in the satellite town of the capital of Tatarstan will be focused IT expertise. All this together contributes to the creation of thousands of highly skilled jobs. The "Innopolis" new technologies and their implementation at the production sites of the Republic of Tatarstan and other regions, will have a positive impact not only on the economy of Tatarstan, but also on the economy as a whole.

Thus, analysis of industries of the Republic of Tatarstan, shows that the region is specialized in petrochemical, automobile and innovative industries. If the first two industries have been developing for a long time, the latter, being no less promising in the early stages of implementation, and is considered by the region as a priority. Using the regional advantages of the Republic of Tatarstan, in particular in the field of innovation, it will be possible to achieve the strategic goal of achieving the main development of the region - to ensure the sustainable development of competitive regional economy and quality of life of its population.

References

1. The report "Summary of activity of the enterprises of petrochemical complex of the Republic of Tatarstan in 2013" // Ministry of industry and trade of the Republic of Tatarstan / [Electronic resource]. – Access mode: http://mpt.tatarstan.ru/file/%D0%98%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8_%D0%B8_%D0%B7%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B8_%D0%9D%D0%93%D0%A5%D0%A_2013+_1_%D0%BA%D0%B2.docx (08.05.2015).
2. Kotlyarova S. N. Practice of formation of clusters in Russian regions // Regional economy. Theory and practice. – 2012. -24 (255) – 2012. – P. 29-39.
3. Industry of Russia – 2014: statistical collection // Federal state statistics service [Electronic resource]. – Access mode: http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_48/IssWWW.exe/Stg/01-04.doc.
4. Regional economy: textbook / T. G. Morozova and others; under the editorship of Professor T. G. Morozova. – 4-e Izd., revised and enlarged extra – M.: UNITY-DANA, 2006. – 527 p.
5. Rustam Minnikhanov and Alexey Miller opened in Naberezhnye Chelny new building for the production of gas "KAMAZ" // Business e-newspaper "Business Online" [Electronic resource]. – Access mode: - <http://www.business-gazeta.ru/article/130894/> (accessed 07.05.2015).
6. Rustam Minnikhanov: "We create in Tatarstan powerful automotive cluster" // News portal "Events" [Electronic resource]. – Access mode: http://sntat.ru/reportages/7319-rustam_minnikhanov_my_sozdaem_v_tatarstane_moshchneyshiy_avtomobilnyy_klaster (07.05.2015). Strategy for socio-economic development of the Republic of Tatarstan till 2030 [Electronic resource]. – Access mode: <http://tatarstan2030.ru/> (accessed 07.05.2015)

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Гималетдинов Салават Хасанович,

аспирант кафедры инновационной экономики Башкирской академии государственной службы и управления при Президенте Республики Башкортостан.

FEATURES OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE RUSSIAN ECONOMY

Gimaletdinov Salavat, graduate student of chair the innovation economy of the Bashkir Academy of Public Service and Administration under the President of the Republic of Bashkortostan.

АННОТАЦИЯ

На основании исследования статистических данных в данной статье нами дан анализ особенностей экономического развития российских регионов, реализация ими различных экономических инновационных проектов, в рамках региональных и федеральных программ развития. К сожалению, развитие региональной экономики подвержено

mode:http://sntat.ru/reportages/7319-rustam_minnikhanov_my_sozdaem_v_tatarstane_moshchneyshiy_avtomobilnyy_klaster (07.05.2015).

многим негативным факторам, связанных, как правило, с особенностями данного региона, которые отталкивают потенциальных инвесторов и тем самым ухудшают инвестиционный климат и привлекательность данного региона. Также отдельной проблемой выступает взаимодействия частных лиц и государства, так как частный бизнес не спешит развивать социальную сферу, так как отдача будет отложенной.

ABSTRACT

Based on the study of statistical data in this article we analyze the features of economic development of Russian regions, the implementation of various economic innovation projects in the framework of regional and national development programs. Unfortunately, the development of the regional economy is exposed to many negative factors associated usually with features of the region, which repel potential investors and thus worsen the investment climate and the attractiveness of the region. Also, a separate problem appears interaction individual and the state, as a private business in no hurry to develop the social sphere, as the impact will be postponed.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, территории, частный бизнес, программы развития, экономические показатели.

Keywords: public-private partnership, territories, private business, development program, the economic indicators.

Государственно-частное партнерство в современных условиях является одним из механизмов поступательного развития национальной экономики, что обусловлено, в первую очередь, процессами глобализации и интеграции и, в связи с этим, повышенными требованиями к параметрам конкурентоспособности. Параметры конкурентоспособности складываются из показателей социально-экономического и инновационного развития регионов, а так же степени их участия в проектах и программах государственно-частного партнерства.

Анализ статистических данных показал, что в рамках Российской Федерации наблюдается тенденция увеличения количества регионов, которые реализуют проекты и программы государственно-частного партнерства. В соответствии с официальными данными 2013 г. выявлено, что 77 % от общего числа региональных субъектов

Российской Федерации принимают участие в реализации 322 проектах государственно-частного партнерства [1]. Уровень активности Федеральных округов РФ в области реализации проектов государственно-частного партнерства наглядно представлен на рис. 1.

Рис. 1 свидетельствует о том, что наибольшую активность в исследуемой области проявляет Сибирский федеральный округ, реализующий 106 проектов государственно-частного партнерства (33%); на втором месте находится Центральный федеральный округ – 50 проектов (16 %); третью позицию занимает Северо-Западный федеральный округ, в рамках которого реализуется 48 проектов (15%). 41 проект (13%) государственно-частного партнерства осуществляется Приволжским федеральным округом.

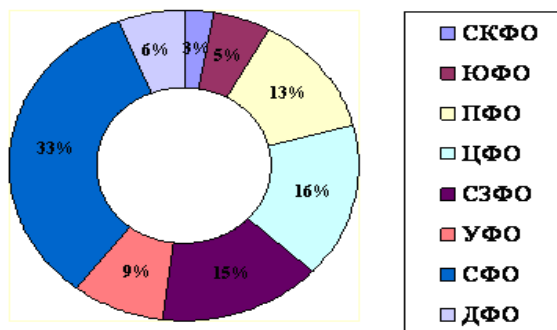


Рис. 1. Участие Федеральных округов РФ в реализации проектов государственно-частного партнерства

Наименьшую активность в реализации социально-значимых проектов государства и частных предпринимательских структур проявляет Северо-Кавказский федеральный округ, на долю которого приходится 9 проектов (3%).

В Федеральных округах Российской Федерации проекты государственно-частного партнерства реализуются по различным отраслям хозяйственной деятельности. Как показали исследования, наибольшую долю в реализации проектов государственно-частного партнерства занимают такие отрасли как, жилищно-коммунальное хозяйство (25,8) и транспорт (25,5).

Данное обстоятельство связано с высокой степенью износа объектов инфраструктуры данных отраслей, которые требуют модернизации. Наименьшее внимание в сфере реализации государственно-частного партнерства уделяется таким социально-ориентированным отраслям,

как образование (1,6%), добыча полезных ископаемых (2,2%), туризм (2,8%), физкультура и спорт (2,8%).

Следует отметить, что сосредоточенность государственно-частных партнерств на федеральном и региональном уровнях осуществляется по областям народного хозяйства, которые имеют приоритетные направления в экономическом развитии страны (промышленное производство, энергетика, транспорт). Муниципальный уровень использует механизм партнерства государства и бизнеса преимущественно в реализации проектов социального назначения, среди которых можно выделить жилищно-коммунальное хозяйство, образование, здравоохранение и так далее.

Сравнительный анализ количества проектов и вложений инвестиций в них показал существенные расхождения. Так, развитие территорий по количеству инвестиций занимает первое место, в то время как по количеству проектов – шестое. Жилищно-коммунальное хозяйство и

транспорт занимают лидирующие позиции по количеству реализуемых проектов, а по объемам инвестиций, соответственно, шестое и второе место. Социально-значимые отрасли занимают последние места, как по количеству проектов, так и по объемам инвестирования в их развитие. Анализ показал, что средняя стоимость одного проекта в Российской Федерации составляет примерно 16317,80 млн. руб.

Выявленные несоответствия в объемах инвестирования и количестве проектов обусловлены низкой стоимостью проектов в социально-значимых отраслях и низкой заинтересованностью бизнеса в их реализации, поскольку затраты на развитие данных отраслей окупаются в достаточно продолжительном периоде. Одновременно,

частные предпринимательские структуры в наибольшей степени заинтересованы в инвестировании таких отраслей, которые являются наиболее прибыльными и окупаются за короткий период времени.

Таким образом, государство вынуждено поддерживать (увеличивать свою долю инвестиций) отрасли хозяйства, имеющие социальную ориентацию, которые обладают низким уровнем привлекательности для частного бизнеса.

Если рассматривать государственно-частное партнерство с точки зрения рейтинговых показателей (на основе данных «ГЧП Журнала») инвестиционной привлекательности в разрезе федеральными округами РФ, то ситуация выглядит следующим образом (рис. 2).

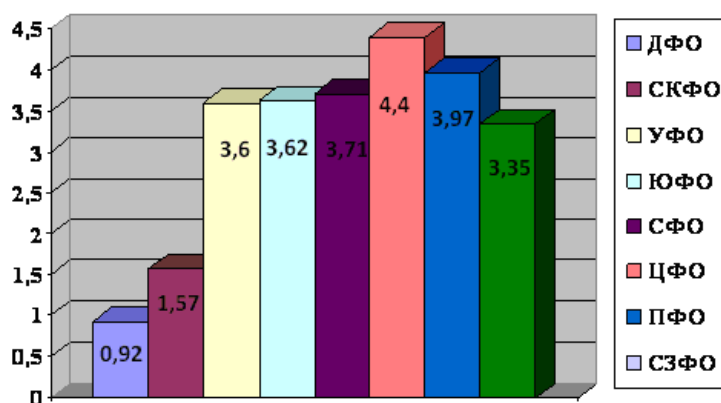


Рис. 2. Рейтинговые показатели федеральных округов РФ по инвестиционной привлекательности проектов государственно-частного партнерства

Данная оценка учитывает такие условия как наличие эффективной системы управления проектами государственно-частного партнерства, наличие опыта их реализации, а также наличие соответствующего инфраструктурного обеспечения.

В соответствии с рейтингом инвестиционной привлекательности первое место занимает Центральный федеральный округ (4,4), второе место – Приволжский федеральный округ (3,97), третье место – Сибирский федеральный округ (3,71), четвертое место – Южный федеральный округ (3,62), пятое место – Уральский федеральный округ (3,60), шестое место – Северо-Западный федеральный округ (3,35), седьмое место – Северо-Кавказский федеральный округ (1,57) и восьмое место – Дальневосточный федеральный округ (0,92).

Проводя исследование на примере Приволжского федерального округа, необходимо отметить, что по количеству реализуемых проектов он находится на четвертом месте среди федеральных округов РФ, а по инвестиционной привлекательности – на втором месте. Следовательно, в данном округе на достаточно высоком уровне созданы условия для реализации проектов в области партнерства государства и бизнеса, но выявлены недостатки в эффективности системы управления данными проектами на региональном уровне.

Следует отметить, что особую значимость для реализации проектов государственно-частного партнерства имеет состояние инновационной активности регионального субъекта. Чем выше инновационная активность регионального субъекта, тем выше степень совместного участия государства и бизнеса в проектах и программах развития инновационного характера.

Состояние инновационной активности регионов Приволжского федерального округа для реализации проектов государственно-частного партнерства на примере Республики Татарстан, Пензенской области и Оренбургской области определено на основе изучения следующих показателей: количество предприятий, осуществляющих исследования и разработки; количество персонала, занятого в области НИОКР; внутренние затраты на НИОКР; число созданных передовых производственных разработок; число применяемых передовых производственных технологий; инновационная активность предприятий; объем инновационных товаров, работ, услуг; удельный вес предприятий, осуществляющих инновации, позволяющие обеспечить экологическую безопасность; количество поданных заявок на выдачу патентов на изобретения и полезные модели; количество выданных патентов на изобретения и полезные модели.

В соответствии с данными показателями, лучшей позицией характеризуется Республика Татарстан. Этот регион обладает существенными преимуществами по сравнению с Пензенской и Оренбургской областями в отношении всех исследуемых параметров, что обуславливает его привлекательность для реализации проектов государственно-частного партнерства. Пензенская область характеризуется средними значениями инновационной активности, а Оренбургская область, обладая средней инвестиционной привлекательностью, отстает по всем параметрам инновационного развития, что обуславливает необходимость формирования соответствующего механизма государственно-частного партнерства в целях развития данной области.

Обобщая вышеизложенное, можно отметить, что государственно-частное партнерство в российской экономике находится в стадии становления, характеризуется высоким уровнем дифференциации регионов в части создания комфортной среды взаимодействия хозяйствующих субъектов и требует формирования условий и организационно-экономического механизма, обеспечивающих

взаимовыгодное сотрудничество органов власти и представителей бизнес-структур в процессе реализации проектов и программ инновационного характера.

Литература

1. Инфраструктура и ГЧП в России. Электронный журнал. — режим доступа к изд.: <http://www.pppi.ru>.

МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ФИНАНСЫ ВНУТРИГОРОДСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ, НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЧЕЛЯБИНСКА

Гуляк Олег Владимирович

соискатель ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет», г. Челябинск

MUNICIPAL FINANCE OF VNUTRIGORODSKOGO MUNICIPAL FORMATION IN MODERN CONDITIONS, THE EXAMPLE OF THE CITY OF CHELYABINSK

Gulyak Oleg, applicant VPO, "Chelyabinsk state University" Chelyabinsk

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрен вариант формирования двухуровневой модели управления городским муниципальным округом. Указаны параметры и роль муниципальных финансов, внутригородского района в статусе муниципального образования. Выявлены достоинства и недостатки новой модели самоуправления. Предложено усовершенствовать нормативно-правовое регулирование управления муниципальным хозяйством, развивать стандарты взаимодействия власти и бизнеса.

ABSTRACT

The article considers the formation of a two-tier management model urban municipality. Specify the parameters and role of municipal Finance, urban district status to the municipal formation. Revealed the advantage and disadvantages of the new model of self-government. Suggested to improve legal regulation of municipal sector management, develop standards for interaction between government and business.

Ключевые слова: муниципальное образование, местные финансы, городские округа с внутригородским делением, полномочия органов местного самоуправления.

Keywords: municipality, local Finance, urban district with intracity division, the powers of local governments.

В результате реализации Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ установлена единообразная территориальная структура муниципального управления, которая сопровождается формированием новых практических подходов к управлению экономикой страны.

Одним из эффективных направлений муниципальной деятельности является использование различных организационно-правовых форм. Так, в ряде регионов РФ продолжаются корректировки управленческой структуры, например, впервые в Челябинской области в рамках крупного муниципального образования г. Челябинск, образована двухуровневая модель самоуправления с 7 внутригородскими районами, в статусе муниципальных образований [2].

Рассмотрим основные преимущества и недостатки этой модели. По мнению автора, на выбор этой модели повлияли:

- экономическая устойчивость и стратегическое развитие муниципального образования.
- участие населения, бизнеса в социально-экономическом развитии муниципального образования;
- эффективность и качество оказываемых муниципальных услуг населению.

Городской уровень обладает более высоким и устойчивым финансово-бюджетным потенциалом, имеет

объективные условия для повышения эффективности использования муниципальных финансов, преимущество стратегического развития. Органы городского самоуправления направляют бюджетные средства на приоритетные направления, способствуют формированию благоприятного инвестиционного климата, развитию дорожно-транспортной сети, социальной сферы, обеспечивают экологическую, общественную безопасность и т.д. Реализуют масштабные социально-экономические программы развития, решают вопросы в интересах населения, которые не в состоянии решить входящие в его состав внутригородские районы, осуществляет эффективное использование и сбалансированность местного бюджета. Создают лучшие условия для стимулирования экономического роста муниципальной экономики и формирования конкурентного преимущества муниципального образования [3].

За районами закреплён лишь ограниченный объём следующих полномочий по вопросам местного значения: обеспечение первичных мер пожарной безопасности, создание условий обеспечения связи, торговли, общественного питания, досуга, спорта, отдыха жителей и проведение мероприятий с молодежью, детьми. Организация благоустройства и осуществление муниципального контроля соблюдения его требований на территории. Содействие деятельности по вопросам организация предостав-

ления коммунальных услуг тепло, газа, электро, водоснабжения, гражданской обороны, земельным вопросам. Все социально значимые вопросы (образование, здравоохранение, соцзащита и др.) сосредоточены на городском уровне [3].

Преимуществом двухуровневой модели, по мнению автора, могла быть передача полномочий на нижний уровень, связанная с пониманием роли районного уровня в развитии муниципальной экономики и доступности местной власти для населения. В условиях, когда в муниципалитете снижаются источники собственных доходов местного бюджета, по анализу исполнения бюджета г. Челябинска наблюдается устойчивая тенденция снижения доли и отсутствие роста собственных источников доходов, которые составили в 2011 г. –42,3%, в 2012 г. –43,6%, в 2013 г. –45%, в 2013 г. –42% [9].

Районный уровень необходимо рассматривать в первую очередь как институт, способствующий полной координации экономических вопросов на городской территории:

- учету хозяйствующих субъектов, функционирующих на территории муниципального образования, предупреждению явлений несостоятельности экономических субъектов,
- разработке мер для снижения риска предпринимательской деятельности и политики поведения органов местного самоуправления в кризис,
- анализу экономического состояния крупных хозяйствующих субъектов для выявления вероятности их банкротства, которое может отразиться на развитии муниципальной экономики,
- эффективному использованию земли и объектов муниципальной собственности,
- формированию объективной картины имеющегося ресурсного и социально-экономического потенциала района,
- разработке целей долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных перспектив, мероприятий комплексного развития внутригородского района.

Вместе с тем, двухуровневая модель управления демонстрирует достаточно серьезные проблемы:

- во-первых, финансовые расходы в связи с ростом численности аппарата управления; отсутствие квалифицированных управленческих кадров, имеющее последствие в предоставлении качественных услуг населению; стремление властей города и внутригородского района четко разделить закрепление полномочий; акцентирование интересов районов, в связи с представительством депутатами районного уровня в городской думе, разрушая сложившуюся целостность.
- во-вторых, отсутствие прозрачности управления и сложность понимания механизма управления, что приводит население к запутанности определения уровня решений своих вопросов, усилению бюрократизации власти, которое неблагоприятно в т.ч. для малого бизнеса, например, по вопросам получения разрешений и т. д.
- в-третьих, отсутствие источников финансирования и неопределенная налоговая база для самостоятельного развития территории внутригородских районов и решения вопросов обратившихся избирателей.

Таким образом, внедрение модели усложнило организацию местного самоуправления, по сравнению с до-реформенным периодом. Полномочия между городским округом и внутригородскими районами перераспределяются хаотично и не обладают серьезной экономической основой, в результате чего установленные полномочия районного уровня достаточно ограничены. Вместе с тем, отмечая недостатки двухуровневой модели, необходимо сказать, что нет прямой зависимости между новой организационно-районной моделью и экономическим ростом муниципальной экономики городского округа. Преимущества позволяют с одной стороны, приблизить местную власть к населению, а с другой – объединить финансовые, материальные, трудовые ресурсы, использовать возможности для качественного учета налогоплательщиков и т.д.

Двухуровневая модель муниципального управления достаточно широко распространена в международной практике, с одной стороны позволяет смягчить экономический разрыв между крупными и мелкими муниципальными образованиями, а с другой стороны, модели различаются даже в одной стране, в разные периоды развития. Деление муниципальных территорий с точки зрения осуществления эффективного управления и качественного предоставления муниципальных услуг населению вызывает достаточно много проблем. В связи с этим, вводятся ограничения минимальной численности населения при формировании новых муниципалитетов. Для решения этой проблемы применяются два принципиально разных подхода: -технократичный, когда верхний уровень организации самоуправления наделяется достаточно большим количеством полномочий, например, в Германии, Франции, где городские муниципалитеты самостоятельно определяют полномочия, и то, в каком объеме готовы передавать их поселениям. Максимальное достижение экономии бюджетных средств и исключение дублирующего принципа;

-функциональный, когда основные полномочия осуществляются на первом уровне местного самоуправления. Эта модель реализуется, например, в бывших коммунистических странах Европы, где верхний уровень традиционно является слабым.

Таким образом, в РФ не используется преимущество зарубежного опыта, в части разделения функций на обязательные и добровольные, тем самым снижая гибкость функционирования муниципалитетов в развитии территорий.

Важнейшим звеном деятельности муниципальной системы являются финансовые ресурсы, обеспечивающие местную власть денежными средствами для осуществления закрепленных полномочий, предусмотренных Конституцией и законодательными актами РФ. По мнению Бабич А.М. и Павловой Л.Н. органы местного самоуправления обладают муниципальными финансами, являются участниками экономических отношений через организуемые муниципальные финансово-кредитные институты с учетом формирования и использования местного бюджета в интересах населения муниципального образования [7].

Важным требованием местного бюджета является соблюдение установленных норм к регулированию бюджетных отношений и сбалансированности бюджета, мерам дефицита бюджета, исполнению бюджетных обя-

зательств. Например, бюджет Калининского внутригородского района г. Челябинска сформирован на 3 года, на 2015 год и на плановый период 2016-2017 годов, состоит из доходов, расходов бюджета и источников финансирования бюджета. Доходы бюджета определены на основе умеренного варианта прогноза социально-экономического развития района на 2015 год составляет 40 420,7 тыс. руб.; на 2016 год - 48 504,9 тыс. руб.; на 2017 год - 48 504,9 тыс. рублей. Общий объем расходов составит: в 2015 год - 40 420,7 тыс. рублей; в 2016 год - 48 504,9 тыс. руб.; в 2017 год - 48 504,9 тыс. руб. [8].

Основными направлениями расходов бюджета на три года являются: В 2015 году на указанные отрасли запланировано 40 420,7 тыс. руб., в т.ч.: общегосударственные вопросы - 74% (29 756,3 тыс. руб.); благоустройство территории района - 23 % (9 261,5 тыс. руб.); мероприятия по молодежной политике, культуре, физкультуре и спорту - 4% (1 402,9 тыс. руб.).

Структура поступлений доходов представлена налоговыми и неналоговыми доходами. Основную долю местного бюджета района составят:

1. собственные доходы: в 2015 году - в сумме 22 412,6 тыс. руб., 55,4% доходов бюджета; в 2016 году - в сумме 22 412,6 тыс. руб., 46,2% доходов бюджета; в 2017 году - в сумме 22 412,6 тыс. руб., 46,2 % доходов бюджета.

В том числе: - Земельный налог. Поступление прогнозируется в 2015 году - 13 680 тыс. руб., в 2016 году - 13 680 тыс. рублей, в 2017 году - 13 680 тыс. руб. Доля в доходах в 2015 году - 33,9 %, в 2016 году - 28,2%, в 2017 году - 28,2 %.

- Налог на имущество физических лиц. Объем поступлений составит: в 2015 году - 7 282,1 тыс. руб., в 2016-2017 года по 7 282,1 тыс. руб. Доля поступления налога в доходах бюджета внутригородского района города Челябинска прогнозируется на 2015 год на уровне 18 %, в 2016 году -15 %, в 2017 году - 15 %.

- Налог на совокупный доход, взимаемый в связи с применением патентной системы налогообложения. Объем поступлений составит: в 2015 году - 1377,5 тыс. руб., в 2016 году - 1 377,5 тыс. руб., в 2017 году - 1377,5 тыс. рублей. Доля поступления налога в доходах бюджета внутригородского района города Челябинска в 2015 г. - 3,4 %, в 2016-2017 годах прогнозируется на уровне 2,8 %.

- Штрафы, санкции, возмещение ущерба. Поступление прогнозируется в 2015 год - 73 тыс. руб., в 2016 году - 73 тыс. руб., в 2017 году - 73 тыс. руб. Доля поступления платежей в 2015 году на уровне 0,2 %, в 2016 году - 0,2 %, в 2017 году - 0,2 %.

2. Неналоговые доходы в т.ч. объем межбюджетных трансфертов, передаваемых в состав собственных доходов бюджета района и дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности составят: в 2015 году - 18 008,1 тыс. руб., 44,6% доходов бюджета; в 2016 году - 26 092,3 тыс. руб., 53,8% доходов бюджета; в 2017 году - 26 092,3 тыс. руб., 53,8% доходов бюджета [9].

Таким образом, объем предусмотренных бюджетом расходов соответствует объему доходов бюджета и дотационных поступлений. Бюджет на 2015-2017 годы является бездефицитным и сбалансированным. На рис. 1 представлены старт-этапы формирования и согласования параметров бюджета внутригородского района городского округа г. Челябинск.

По мнению автора, бюджет внутригородского района является в течение 3 лет стабильно зависимым от бюджета Челябинской области. Представленный бюджет имеет инерционный характер развития, который предполагает сохранение сдерживания экономического развития района. Главная надежда получение финансовых средств из бюджета субъекта РФ для выполнения основной задачи по созданию комфортных условий проживания населения и организации благоустройства территории района, обеспечивая комфортабельность городской среды в целом.

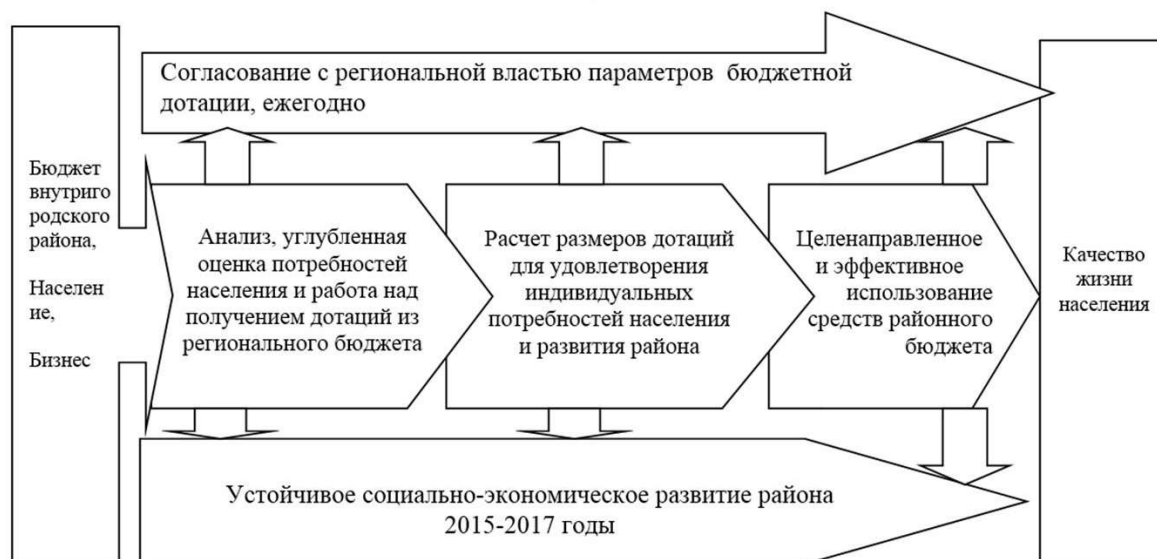


Рисунок 1. Старт-этапы формирования районного бюджета двухуровневой модели управления городским округом

При таком финансовом состоянии развитие местного сообщества фактически определяется на региональном уровне и прогнозирует слабое рассмотрение местных инициатив населения и развитие предпринимательской

деятельности. Хотя роль местных налогов и сборов рассматривается как обеспечение социально-экономических потребностей города и района. Дотации играют роль основного источника доходов и служат средством покрытия

дефицита местного бюджета. Возможности такой финансовой политики можно расценить, как не соответствующие принципам рыночной экономики и будут исчерпаны в современных условиях. Необходимо понять местный потенциал собственной доходной части местного бюджета и комплексное социально-экономическое развитие района с учетом потребностей населения.

Хорошим примером финансирования может стать применение требований по принципу «снизу вверх» на муниципальные услуги в образовании, здравоохранении, экологии, общественной безопасности. Бюджет района в таком случае выступает в основе интеграции общества, власти, бизнеса. Бюджет дает возможность местным партнерам работать вместе на прогнозирование услуг для удовлетворения потребности населения, улучшение качества предоставляемых муниципальных услуг путем пересмотра их, сокращения дублирования управленческих функций и экономии бюджетных средств. Население получает больший контроль над местными услугами путем соответствующего партнерства и механизмов управления. Это позволит приблизить местную власть к населению, что в свою очередь улучшит показатели качества жизни населения, в т. ч. повышение качества обучения, обслуживания в медицине, социальной защите.

В результате анализа местного бюджета внутригородского района нами выявлены следующие проблемы, решение которых позволит улучшить деятельность внутригородского района:

1. Низкая обеспеченность местного бюджета собственными доходами. Для обеспеченности местного бюджета собственными доходами, увеличения налогооблагаемой базы и развития качественных муниципальных услуг населению необходимо закрепление постоянных источников финансирования.
2. Отсутствие возможности развития доходных источников местного бюджета. Район находится в финансовой зависимости от региональных властей, так как реальный уровень финансовой самостоятельности определяется региональными дотациями и низким уровнем доходов от местных налогов, что не позволяет на практике обеспечить стимулирование увеличения налогооблагаемой базы хозяйствующих субъектов и самостоятельное решение вопросов местного значения. Необходимо использовать механизмы стимулирования развития муниципальной экономики районов

Таким образом, финансовая проблема остается главной в развитии местного самоуправления. Решение ее позволит повысить уровень самостоятельности муниципальных образований, выполнять закрепленные полномочия, укреплять доходную базу хозяйствующих субъектов на территории.

Для обеспечения экономической устойчивости территории и повышения качества предоставления муниципальных услуг населению автором предложено активно:

- формировать долгосрочный бюджетный прогноз на основе утвержденного прогноза социально-экономического развития района, города, региона, страны и незавершенных государственных программ;

- совершенствовать нормативное регулирование муниципальной собственности и использование передовых технологий управления муниципальным хозяйством, в качестве внедрения рыночных механизмов в деятельность органов местного самоуправления;
- внедрять инициативные решения избирателей и представителей бизнеса в качестве инструмента социально-экономической эффективности расходования бюджетных средств и увязки стратегий развития муниципалитета, региона, страны;
- формировать инфраструктурные проекты и объекты с целью привлечения внебюджетного финансирования;
- размещать открытые данные в различных сферах жизнедеятельности (бизнес, производство, социальная сфера и т.д.) муниципальных образований на специализированных порталах органов местного самоуправления;
- развивать стандарты взаимодействия власти и бизнеса через муниципально-частное партнерство, для капитальных вложений частными инвесторами, обладающих инновационными ресурсами в муниципальную собственность.

Использование двухуровневой модели самоуправления позволяет обеспечить местную власть инструментом предоставления муниципальных услуг с учетом потребностей населения, путем разработки конкретных мероприятий на территории, с привлечением различных ресурсов: собственных, региональных, частных, для оптимизации затрат общественных и социально-экономических направлений развития муниципального образования. Обеспечивая прозрачность финансирования и качества предоставляемых услуг, привлекая инвестиции частных компаний, развивая сотрудничество с целью повышения потребностей населения и управления местным сообществом, расширяя самостоятельность успешных районов.

Литература

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 31 июля 1998 г. N 145-ФЗ. (в ред. от 28 декабря 2013г.) // Собрание законодательства РФ.1998. N 31. Ст. 3823.
2. Закон Челябинской области от 10.06.2014г. N 703-ЗО (ред. от 12.03.2015) "Об осуществлении местного самоуправления в Челябинском городском округе" // [Электр. ресурс]: www.consultant.ru
3. Закон Челябинской области от 18.12.2014г. N 97-ЗО «О разграничении полномочий органов местного самоуправления Челябинского городского округа и органов местного самоуправления внутригородских районов в его составе по решению вопросов местного значения внутригородских районов» // [Электр. ресурс]: www.consultant.ru.
4. Закон Челябинской области от 10.06.2014 г. N 704-ЗО «О внесении изменений в приложение к Закону Челябинской области «О наименованиях органов местного самоуправления и глав муниципальных образований в Челябинской области» // [Электр. ресурс]: www.consultant.ru.
5. Закон Челябинской области от 10.06.2014 г. N 706-ЗО «О статусе и границах Челябинского городского

- округа и внутригородских районов в его составе» // [Электр. ресурс]: www.consultant.ru.
7. Бабич А.М., Павлова Л. Государственные и муниципальные финансы. Учебное пособие для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
 8. Официальный Сайт Челябинской городской Думы [Электр. ресурс], URL://[http:// www.chelduma.ru](http://www.chelduma.ru)
 9. Официальный сайт администрации г.Челябинска [Электр. ресурс] URL: // <http://cheladmin.ru/> (Дата обращения:07.02.2015)

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Деркачева Елена Алексеевна

старший преподаватель кафедры маркетинга и управления предприятием, Кубанский государственный технологический университет, г. Краснодар

Хандамова Эва Фризовна

д-р экон. наук, профессор кафедры маркетинга и управления предприятием, Кубанский государственный технологический университет, г. Краснодар

THE ECONOMIC NATURE OF COMPETITIVENESS AT THE ENTITIES

Derkacheva Elena Alekseevna, sr. instructor of chair of marketing and enterprise management, Kuban state technological university, Krasnodar

Handamova Eva Frizovna, Dr. of economic sciences, professor of chair of marketing and enterprise management, Kuban state technological university, Krasnodar

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены подходы к изучению экономической природы конкурентоспособности. Выявлен подход фрагментирующий элементы конкурентоспособности промышленного бизнеса, выделяющий объекты внутрифирменного управления, конструирующий методические основы мониторинга конкурентоспособности для целей повышения эффективности управленческих решений менеджмента промышленных предприятий.

ABSTRACT

In article approaches to studying of the economic nature of competitiveness are considered. The approach which is fragmenting elements of competitiveness of industrial business, allocating objects of intra corporate management, designing methodical bases of monitoring of competitiveness for the purposes of increase of efficiency of management decisions of management of industrial enterprises is revealed.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия; управление предприятием; эффективность управления на предприятии.

Keywords: business competitiveness; enterprise management; management efficiency at the entity.

Усиление конкуренции на потребительских рынках, обусловленные процессами глобализации, фактом вступления России в ВТО требуют от внутрифирменного менеджмента применения новых более эффективных инструментов обеспечения конкурентного лидерства продукции отечественного товаропроизводителя. Переходный период, задекларированный в программных документах ВТО и девальвация национальной валюты создают временные стартовые преференции для российского промышленного бизнеса, создавая благоприятные условия для закрепления своих позиций на национальном и глобальном потребительском рынках. Российский промышленный бизнес должен использовать временное ослабление национальной валюты для рыночной экспансии, аккумуляции финансовых результатов для реинновационных процессов [1, с. 185], затрагивающих технологические, управленческие, логистические и сбытовые аспекты функционирования бизнеса в контуре приращения его конкурентных позиций в глобальном масштабе. В связи с этим представляется актуальной разработка и практическое применение организационных основ и экономических методов обеспечения конкурентного развития про-

мышленного бизнеса. В основу этого должен быть положен новый авторский методический подход, фрагментирующий элементы конкурентоспособности промышленного бизнеса, выделяющий объекты внутрифирменного управления, конструирующий методические основы мониторинга конкурентоспособности для целей повышения эффективности управленческих решений менеджмента промышленных предприятий. Для успешного преследования основной цели – формирование авторского подхода к обеспечению конкурентного развития промышленного бизнеса необходимо формализовать и решить ряд конкретных задач: а) понятие конкурентоспособности предприятия на сегодняшний момент времени представляется достаточно емким и многогранным, что в определенной мере затрудняет процесс управления этой категорией [2, с. 212-219]. В связи с этим необходимо детерминировать данное понятие, выделить его частные и производные, установить взаимосвязи элементов системы фирменной конкурентоспособности и измерить корреляцию этих взаимосвязей; б) определить систему показателей, характеризующих уровень и динамику частных фирменной конкурентоспособности [3, с. 147], которая бы позволяла определить векторы совершенствования элементов

бизнеса для менеджмента предприятия; в) сформировать комплекс мер (дорожных карт) для положительной коррекции элементов фирменной конкурентоспособности; г) разработать организационные основы взаимодействия функциональных подразделений промышленного бизнеса в контуре мер конкурентного развития промышленных предприятий [4, с. 585]; д) доказать финансово-экономическую и маркетинговую состоятельность авторских предложений на примере кондитерских предприятий Краснодарского края.

Очевидно, что существование множества авторских позиций в отношении определения рода и видовых признаков категории отрицательно сказывается на формализации приемов и методов управления первообразными и факторами конкурентного развития промышленного бизнеса. Нам необходимо в рамках авторского методического подхода фрагментировать данную категорию, выделить системные элементы первого и второго уровня для эффективного фокусирования на них менеджмент-технологий.

Помимо фрагментации и выделения частных конкурентоспособностей авторский методический подход будет содержать следующие аспекты, которые будут его отличать от других подходов и научных позиций: а) важным элементом одной из частных конкурентоспособности [5, с. 21-23] предприятия – товарной конкурентоспособности является уровень не только ценовых и потребительских характеристик товара, но и эмоциональная ценность; б) между частными конкурентоспособностями существует тесная взаимосвязь и систему управления ими необходимо выстраивать с учетом определения природы и степени этой взаимосвязи [6, с. 724-727]; в) отдельным направлением конкурентного развития промышленного бизнеса является комплекс мер по повышению кадровой конкурентоспособности – потенциала предприятия привлекать наиболее квалифицированный персонал на рынке труда при паритете зарплатоемкости с основными конкурентами [7, с. 11]; г) инвестиционная конкурентоспособность характеризует инвестиционный потенциал предприятия, который позволяет привлекать инвестиции на мировом рынке капитала с минимальной платностью и максимальной срочностью, а также использовать в бизнес-практике финансовые инструменты (эмитировать долговые и долевого ценные бумаги) [8, с. 75-78]; д) организационные основы и экономические методы управле-

ния конкурентным развитием должно опираться на измерение интегрального статуса предприятия (через систему показателей), который характеризует и измеряет сильные и слабые места промышленного бизнеса; е) для оценки сильных и слабых мест в контуре управления конкурентным развитием необходимо сформировать и интегрировать в практику менеджмента систему мониторинга, которая будет конструировать информационно-аналитическую базу принятия эффективных решений [9, с. 80].

Итак, детерминация конкурентоспособности предприятия предусматривает выделение и изучение взаимосвязей и взаимозависимостей пяти частных конкурентоспособности, которые программируют интегральную конкурентоспособность и позицию предприятия на рынках. Данная детерминация велась по критерию видов рынка, на котором присутствует предприятие и осуществляет свою деятельность. Было выделено соответственно пять глобальных рынков: рынок готовой продукции и услуг; рынок инновационных технологий и решений; рынок капитала и земли; рынок организационных технологий; рынки трудовых ресурсов. Мы сознательно выделили рынок труда из рынка факторов производства, поскольку считаем, что комплекс действий на данном рынке имеет определенную специфику, отличную от того, который должен применяться на рынке капитала и земли.

Вышеприведенные виды рынка обусловили появление пяти частных конкурентоспособностей предприятия. Частную конкурентоспособность следует определить как отдельный специфический элемент системы общей конкурентоспособности предприятия, характеризующий состояние и потенциал развития бизнеса на определенном типе рынка (товара, инноваций, инвестиций, организационных решений и персонала). Системная интеграция частных конкурентоспособностей формируют конструкцию и масштаб общей (интегральной) конкурентоспособности промышленного бизнеса. Рассмотрение интегральной конкурентоспособности в таком ключе позволяет (помимо прочего) учесть интересы основных участников промышленного бизнеса (таблица 1), что в свою очередь программирует органичное развитие бизнеса и максимальные результаты его функционирования. Таким образом, можно выстроить следующую гипотезу – чем больше удовлетворены потребности и интересы основных стейкхолдеров промышленного бизнеса, тем выше конкурентный статус предприятия на всех видах рынка, а следовательно выше интегральная конкурентоспособность предприятия.

Таблица 1

Распределение по частным конкурентоспособности и природа интересов основных стейкхолдеров

Частная конкурентоспособности	Прямой держатель интересов	Природа проявления
Товарная	Потребители	Заинтересованы в максимальном превышении потребительской и эмоциональной ценности товара над его ценой
Инновационная	Производители, дистрибьюторы и продавцы инновационных продуктов	Заинтересованы в платежеспособном спросе на инновационные продукты со стороны промышленного бизнеса
Инвестиционная	Собственники и кредиторы	Заинтересованы в максимальной доходности инвестирования в бизнес на фоне управляемого риска
Организационная	Топ-менеджмент	Заинтересованы в максимальной эффективности и производительности всех бизнес-процессов
Кадровая	Персонал предприятия (реальный и потенциальный)	Заинтересованы в максимальной зарплатоемкости, социальной ответственности, хороших условиях труда, обучении и росте

Очевидно, что невозможно достичь желаемой степени конкурентоспособности в какой-то одной частной. Все частные конкурентоспособности взаимосвязаны друг с другом и должны образовывать системное единство и обеспечивать развитие бизнеса через разрешение диалектических противоположностей.

Конкурентоспособность товаров и услуг предприятия. Данную частную конкурентоспособность многие авторы рассматривают в качестве основного элемента конкурентоспособности бизнеса. Мы придерживаемся точки зрения, которая говорит о том, что данная частная конкурентоспособность является необходимой, но недостаточной для обеспечения конкурентного развития промышленного бизнеса. В практике управления конкурентоспособностью товаров принято выделять ценовую и неценовую конкурентоспособность. При этом если с ценовой конкурентоспособностью более и менее все ясно (следует оперировать ценой продукции и конкурентного аналога), то с неценовой конкурентоспособностью остается ряд аспектов, которые в недостаточной степени определены наукой и бизнес-практикой. Так, в разряде дискуссионных остается методика определения и оценки качества товара. Мы считаем, что необходимо не только формализовать методику измерения качества товаров (хотя бы в отраслевом разрезе), но и добавить к неценовым категориям оценки эмоциональную ценность товара, которая зависит от степени восприятия продукции предприятия во время приобретения и потребления. В настоящий момент времени конкурентная борьба в товарно-продуктовом секторе характеризуется тем, что по многим товарным группам достигнут ценовой паритет и технологическое равенство. В этой связи полем для обеспечения конкурентного лидерства является психоэмоциональное восприятие товаров и услуг и генерация эмоциональной продуктовой ценности становится единственным средством достижения конкурентного лидерства на глобальных товарных рынках.

Инновационная конкурентоспособность характеризует состоятельность предприятия как потребителя инновационных продуктов. Может и должна быть оценена по степени генерации, приобретения и потребления инновационных технологий и решений. Чем выше спрос на инновационные продукты со стороны предприятия, тем выше инновационный конкурентный статус предприятия. Косвенно факт инновационной конкурентоспособности подтверждает высокая скорость обращения групп продукции предприятия в рамках матрицы BCG. Чем выше скорость обращения товарных групп предприятия в рамках матрицы BCG, тем больше объем потребления инновационных решений и технологий и тем выше тренд развития продуктов предприятия (сформированный как касательная к жизненным циклам товара).

Модель применения матрицы Бостонской консалтинговой группы при определении инновационной частной конкурентоспособности достаточно проста – чем выше скорость оборота ассортиментных групп, тем больше скорость генерации товарных инноваций на предприятии и тем в большей мере проявляется спрос со стороны бизнеса на инновационные продукты и решения. В свою очередь, чем выше ротация жизненного цикла товара (при условии успешности инновационных продук-

тов), тем круче вектор научно-технического или инновационного статуса предприятия в рамках объективного закона инновационного развития.

Инновационная составляющая конкурентоспособности предприятия, очевидно, взаимосвязана с товарной конкурентоспособностью в части генерации потребительской и эмоциональной ценности продукции предприятия.

Третьей частной конкурентоспособностью является инвестиционная конкурентоспособность, которая характеризует потенциал предприятия привлекать инвестиционные ресурсы с минимальной платностью на длительные сроки. Инвестиционная конкурентоспособность призвана генерировать желания игроков рынка капитала вложить свободные средства в развитие конкретного бизнеса. Следовательно, бизнес должен обладать здоровым финансовым состоянием и характеризоваться высоким уровнем и динамикой экономической добавленной стоимости. Концепция экономической добавленной стоимости, на которой фактически базируется инвестиционная привлекательность фрагментирует деятельность предприятия на отдельные проекты (в том числе продуктовые) и позволяет измерять частную инвестиционную привлекательность отдельных направлений деятельности предприятия.

Инвестиционная привлекательность с одной стороны обуславливает инновационную конкурентоспособность, формируя платежеспособность спроса на инновационные продукты, с другой стороны, фрагментация бизнеса на отдельные проекты и измерение их финансово-инвестиционной привлекательности и эффективности – основа организационной эффективности и конкурентоспособности.

Организационная конкурентоспособности – это четвертая частная конкурентоспособности предприятия, определяющая потенциал предприятия в организации всего комплекса бизнес-процессов (логистических, производственно-технологических, сбытовых, управленческих и т.д.).

Чем выше организационная конкурентоспособность, тем больше внутренних предпосылок для роста производительности труда и эффективности функционирования предприятия. Организационная конкурентоспособность взаимосвязана со всеми частными конкурентоспособностями предприятия, поскольку именно она определяет организационный формат продуктовой, инновационной, инвестиционной и кадровой деятельности предприятия.

Кадровая конкурентоспособность – частная конкурентоспособности предприятия, которая определяет потенциал предприятия в соискании высококвалифицированного персонала при паритете зарплатоемкости с основными конкурентами. Чем выше показатели кадровой конкурентоспособности, тем в большей мере предприятие имеет возможность привлекать ценный персонал при условии оплаты на уровне линии рынка (сложившейся в отрасли). Кадровая конкурентоспособность обуславливает эффективность бизнес-процессов предприятия (которые в свою очередь формируют товарную, инвестиционную и инновационную конкурентоспособность бизнеса).

Очевидно, что проявляются только основные, значимые взаимосвязи. Следовательно, фрагментация конкурентоспособности промышленного бизнеса на частные

функциональные конкурентоспособности дает возможность конструирования таких управленческих решений, которые в наибольшей мере востребованы бизнесом с учетом уровня и динамики факторов экономической среды.

Список литературы

1. Щепакин М.Б., Мишулин Г.М., Кожура Е.А. Системообразующий фактор устойчивого развития: Монография. — М.: Изд. Академии Промышленной Экологии. — 2005. — 224 с.
2. Агабекян Р.Л., Щепакин М.Б., Щепакин М.М. Предпринимательство и рынок труда: учеб. пособие для вузов / Р.Л. Агабекян, М.Б. Щепакин, М.М. Щепакин. — Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ. — 2008. — 352 с.
3. Щепакин М.Б. Предпринимательство в трансформирующихся и развивающихся общественно-экономических системах. — М.: Экономическая демократия, 2000. — 511 с.
4. Михеев Г.В., Щепакин М.Б. Терминологические аспекты и экономическая природа сетевой розничной торговли. // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. — 2012. — № 80. С. 583-592.
5. Михеев Г.В. Подходы к совершенствованию системы управления предприятием сетевой розничной торговли. / Михеев Г.В., Щепакин М.Б. // Вестник Дагестанского государственного университета. — 2014. — № 5. — С. 20-27.
6. Щепакин М.Б., Кривошеева Е.В., Третьяков Р.М. К разработке методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий в условиях их маркетинговой ориентации // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. — 2012. — № 81. — С. 716-731.
7. Щепакин М.Б. Предпринимательство как связующий элемент макро- и микросред экономического пространства // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. — 1996. — № 3-4. — С. 9-13.
8. Щепакин М.Б., Баженов Ю.В. Классификация подходов к оценке конкурентоспособности субъекта рыночной деятельности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2015. — № 3-3. — С. 73-80.
9. Михеев Г.В. Методические рекомендации по организации работ по управлению конкурентоспособностью предприятия // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2011. — № 9. — С. 79-81.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНОМ (НА ПРИМЕРЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Дубова Анна Александровна

кандидат экон. наук, доцент, Российский университет кооперации Брянский филиал, г. Брянск

FEATURES OF FORMATION OF INTELLECTUAL POTENTIAL OF MANAGEMENT OF THE REGION (ON THE EXAMPLE OF THE BRYANSK REGION)

Dubova Anna, Candidate of Science, assistant professor, Russian university of cooperation Bryansk branch, Bryansk

АННОТАЦИЯ

Социально-экономическое развитие региона определяется уровнем его интеллектуального потенциала, который включает в себя знания работников органов управления, управленческие и административные возможности органов управления областью. В статье рассмотрены особенности формирования интеллектуального потенциала управления регионом на примере Брянской области.

ABSTRACT

Social and economic development of the region is defined by the level of its intellectual potential which includes knowledge of employees of governing bodies, administrative and administrative opportunities of governing bodies of area. In article features of formation of intellectual potential of management of the region on the example of the Bryansk region are considered.

Ключевые слова: инновации, интеллектуальный потенциал, инвестиции, регион, рейтинг

Keywords: innovations, intellectual potential, investments, region, rating

Развитие региона в значительной мере определяется уровнем его интеллектуального потенциала, методами управления, квалифицированными кадрами. На социально-экономическое развитие региона значительное воздействие оказывает качество регионального управления, которое, в свою очередь, определяется интеллектуальным потенциалом этого управления.

Таким образом, интеллектуальный потенциал управления регионом — сумма знаний и навыков работ-

ников органов управления, а также управленческие и административные возможности органов управления областью в целом. Это, прежде всего, компетенция сотрудников администрации и других органов управления — их образование, квалификация, знания, опыт, умения и навыки, способность действовать в разнообразных ситуациях, творческие способности, нравственные ценности и отношение к работе. В нем можно выделить внутреннюю и внешнюю структуру.

Внутренняя — это концепции и стратегические планы развития региона, управленческие ноу-хау, компьютерные и административные системы управления, базы данных и системы мониторинга и др. Внешняя структура — это отношения органов управления с местным сообществом, с потенциальными и реальными инвесторами, с предпринимателями, с правительством, с другими регионами, а также международные связи и имидж области. Имидж города, в значительной мере, создаваемый и поддерживаемый органами управления, можно отнести не только к внешней, но и к внутренней структуре. Уровень образования сотрудников — это элемент компетенции персонала управления; компьютерная система, используемая в управлении, — это элемент внутренней структуры, а налаженные международные связи относятся к элементу внешней структуры. Анализ интеллектуального потенциала управления регионом осуществляется путем оценки его составляющих при помощи следующих показателей: состав персонала; образование; знание иностранных языков (это дает возможность обмениваться идеями, людьми, вовлеченность в общемировые процессы, культурные обмены и пр.); опыт, участие в различных проектах, число отработанных лет в рамках данной деятельности; степень удовлетворенности работой, текучесть кадров; затраты на обучение в расчете на одного занятого; количество рабочих дней в году, занятых повышением квалификации работников.

Имеются отечественные примеры, иллюстрирующие роль интеллектуального потенциала управления в экономическом развитии региона. В Брянской области приняты следующие законы: № 29-3 от 19.08.1996 г. «Об инвестиционной деятельности, налоговых льготах и гарантиях инвесторам на территории Брянской области» и № 77-3 от 05.08.2011 «Об участии Брянской области в государственно-частном партнерстве». Законодательная база ФЗ № 29-3 позволяет формировать в бюджете области на очередной финансовый год бюджет развития, средства которого на льготных условиях предоставляются предприятиям и организациям, активно занимающимся инвестиционной деятельностью. Отечественные и иностранные инвесторы самостоятельно определяют объемы, направления, размеры эффективности инвестиций и по своему усмотрению привлекают на договорной основе физических и юридических лиц для их осуществления. Им предоставляется право на получение государственной поддержки в форме налоговых льгот по налогу на имущество организаций и понижения налоговой ставки по налогу на прибыль организаций, подлежащих зачислению в областной бюджет, а также инвестиционные налоговые кредиты [1].

На территории области предусмотрены льготы для субъектов инвестиционной деятельности в соответствии с законом Брянской области № 79-3 от 27.11.2003 г. «О налоге на имущество организаций» и № 73-3 от 26.11.2004 г. «О понижении ставки налога на прибыль организаций для отдельных категорий налогоплательщиков». Предприятиям, осуществляющим инвестиционную деятельность на территории области, предоставляются льготы: по налогу на прибыль предприятий в доле, зачисляемой в областной бюджет (4,5%), налог на имущество предприятий (2,2 %) [4].

В Брянской области на получение в 2013 году государственной поддержки в форме налоговых льгот по

налогу на имущество организаций и понижения налоговой ставки по налогу на прибыль организаций, подлежащих зачислению в областной бюджет, заключены договора с 33 предприятиями по 39 инвестиционным проектам на сумму 1,229 млрд. рублей. За 9 месяцев 2013 года предприятиями в рамках реализации инвестиционных проектов освоено 12,0 млрд. рублей инвестиций. Во все уровни бюджетов предприятиями уплачено налогов — 2,2 млрд. рублей, в том числе в областной бюджет перечислено — 936,0 млн. рублей. Объем выручки составил — 28,0 млрд. рублей. В результате реализации инвестиционных проектов за 9 месяцев 2013 года создано 940 новых рабочих мест [4].

Рейтинговое агентство «Эксперт РА» в 2014 году присвоило Брянской области инвестиционный рейтинг — 3В1, что означает пониженный потенциал, умеренный риск. Наименьший инвестиционный риск — экономический, наибольший — социальный [3].

В Брянской области действует долгосрочная целевая программа «Повышение инвестиционной привлекательности Брянской области» (2011 – 2015 годы), которая предусматривает создание механизмов, обеспечивающих повышение инвестиционной привлекательности Брянской области для привлечения инвестиций в эффективные и конкурентоспособные производства и виды деятельности, способные обеспечить создание собственного инвестиционного потенциала, а также проведение организационных мероприятий, способствующих привлечению внимания российских и иностранных инвесторов [2]. Создано областное агентство по сопровождению инвестиционных проектов. Разработана и действует целевая программа «Повышение инвестиционной привлекательности Брянской области».

Непосредственным результатом реализации мощного интеллектуального потенциала Брянской области стал рост иностранных инвестиций. Основные страны-инвесторы — Беларусь, Германия, Виргинские (Британские) острова, Молдова и Кипр. В результате вложения иностранных инвестиций в области повсеместно стали накапливаться технологические и организационные знания, которые дают возможность распространять их в аналогичных или смежных областях бизнеса. Постепенно достигается западный уровень технологического мышления и технологической дисциплины; умение производить продукцию не на склад, а на рынок; умение ее продавать, изучать конъюнктуру рынка. В области, таким образом, увеличивается интеллектуальный капитал.

Интеллектуальный потенциал управления областью, реализованный усилиями Правительства и Департамента экономического развития Брянской области постепенно приводит область к весьма существенным позитивным результатам и становится одним из определяющих факторов ее развития. Вместе с тем традиционная управленческая практика продолжает делать главный акцент на природные и материальные факторы развития отдельных территорий. Однако новые подходы требуют переноса ключевого внимания с управленческих воздействий на интеллектуальный потенциал развития региона.

Список литературы

1. Закон Брянской области «Об инвестиционной деятельности, налоговых льготах и гарантиях инвесторам на территории Брянской области» от 19.08.1996г. N 29-3 (ред. от 27.11.2014)

2. Паспорт долгосрочной целевой программы «Повышение инвестиционной привлекательности Брянской области» (2011 – 2015 годы).
3. «Эксперт РА» – режим доступа: http://raexpert.ru/rankingtable/region_climat/2014/tab01/
4. Департамент экономического развития Брянской области – режим доступа: <http://www.econom.brk.ru/activity/investicionnaya-politika/nalogovye-lgoty/>

ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ НА ПРИМЕРЕ Г.ШАХТЫ

Фатеева Светлана Викторовна

д.ф.н., к.э.н. профессор, Институт Сферы Обслуживания и Предпринимательства (филиал), Донского Государственного Технического Университета, г.Шахты

Ерошева Ирина Юрьевна

Старший преподаватель кафедры «Менеджмент», Институт Сферы Обслуживания и Предпринимательства (филиал) Донского Государственного Технического Университета, Магистрант направления подготовки, «Государственное и муниципальное управление», г.Шахты

Рыжкина Виктория Николаевна

Студентка кафедры «Менеджмент», Институт Сферы Обслуживания и Предпринимательства (филиал) Донского Государственного Технического Университета, г.Шахты

*ENVIRONMENTAL ASSESSMENT OF THE STATE OF THE ROSTOV REGION AND MUNICIPALITIES FOR EXAMPLE Shakhty
Fateeva Svetlana, Doctor of Philosophy, professor, Candidate of Economic Sciences, Instiut Service Industry and Enterprise Development (Branch), Don State Technical University, Shakhty*

Erosheva Irina, Senior teacher of "Management", Institute of Entrepreneurship and Service Areas (Branch), Don State Technical University, Master of the direction of training, "State and municipal management", Shakhty

*Ryzhkina Viktoria, A student of the department "Management", Institute of Entrepreneurship and Service Areas (Branch)
Don State Technical University, Shakhty*

АННОТАЦИЯ

В статье анализируется влияние вредных факторов на экологическую безопасность муниципального образования г.Шахты и Ростовской области. Подробно проанализировано экологическое состояние Ростовской области и муниципального образования с учётом загрязнённости атмосферы, водных ресурсов, утилизации твёрдых бытовых отходов.

ABSTRACT

The article analyzes the impact of harmful factors on the environmental safety of the municipality Shakhty and Rostov Region. We analyzed in detail the ecological state of the Rostov region and the municipal entity, taking into account pollution of the atmosphere, water re-resources, utilization of solid waste.

Ключевые слова: экологическая безопасность; уровень загрязнения; вредные факторы; антропоэкологические проблемы.

Keywords: environmental safety; the level of pollution; hazards; anthropoecological problems.

Все чаще в СМИ мы слышим о том, что экология нашей страны становится все хуже и хуже. К сожалению, состояние окружающей среды далеко не идеально можно сказать, что человечество находится на грани экологической катастрофы. Загрязнение окружающей среды - это проблема всего мира. Невольно возникает вопрос, а насколько безопасна территория, на которой проживает каждый из нас, давайте попробуем разобраться.

Экологическая безопасность - это состояние защищенности природной среды, важных интересов человека от возможного негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера [1]. Экологическая безопасность территорий напрямую зависит от следующих факторов:

- природные проблемы;
- ресурсно-хозяйственные проблемы
- антропоэкологические проблемы

Самыми опасными являются антропоэкологические проблемы. Они связаны со здоровьем жителей городов. Эти проблемы находятся в прямой зависимости от того какое количество заводов, фабрик сосредоточено в зоне города. Ни для кого не секрет, что окружающая среда здесь загрязнена много больше, чем в сельской местности. Концентрация вредных веществ в воздухе и воде достигает в городах таких значений, что уже представляет опасность для здоровья и жизни людей. Интенсивное движение городского транспорта, разнообразие шумов, мелькание лиц, непрерывное чередование ярких и светящихся рекламных щитов, сам ускоренный ритм городской жизни, необходимость быстрого реагирования на все процессы, происходящие вокруг, — все это создает огромную психологическую нагрузку.

В связи с этим необходимо оцениваться показатели уровня загрязненности атмосферы, водных ресурсов, а также проблемы утилизации ТБО как на уровне территорий, так и муниципальных образований.

Ростовская область – это промышленно развитый регион, в котором преобладают крупные предприятия авиационного, машиностроительного, химического, сельскохозяйственного и жилищно-коммунального комплексов, а также предприятия производства строительных материалов. И как следствие развития промышленной зоны – это экологические проблемы территории, такие как: высокий уровень загрязнения атмосферного воздуха, нерешенные проблемы утилизации отходов производства и потребления, загрязнение водных объектов, деградация почвенного покрова, опустынивание земель [2].

Наибольший вклад в загрязнение атмосферного воздуха Ростовской области вносят следующие промышленные предприятия:

Ростсельмаш – крупнейший производитель сельхозтехники в России, Роствертол – производство и ремонт вертолетов, НЭВЗ – Новочеркасский электровозостроительный завод, Азовский завод КПА – один из лидеров в России в области энергетического машиностроения и станкостроения, Красный котельщик – энергетические и отопительные котлы, Донецкий экскаватор – Донецкий экскаваторный завод, Шахтинский завод Гидропривод (г. Шахты) – производство гидравлического оборудования, Донпрессмаш (г. Азов) – завод по производству прессового оборудования и др. [2].

Подтверждением этих данных служит следующая диаграмма (рис.1), которая дает нам наглядное представление о том, что наибольший вклад в загрязнение воздушной среды в городах Ростовской области вносят транспорт, предприятия, производственные и коммунально-бытовые объекты.

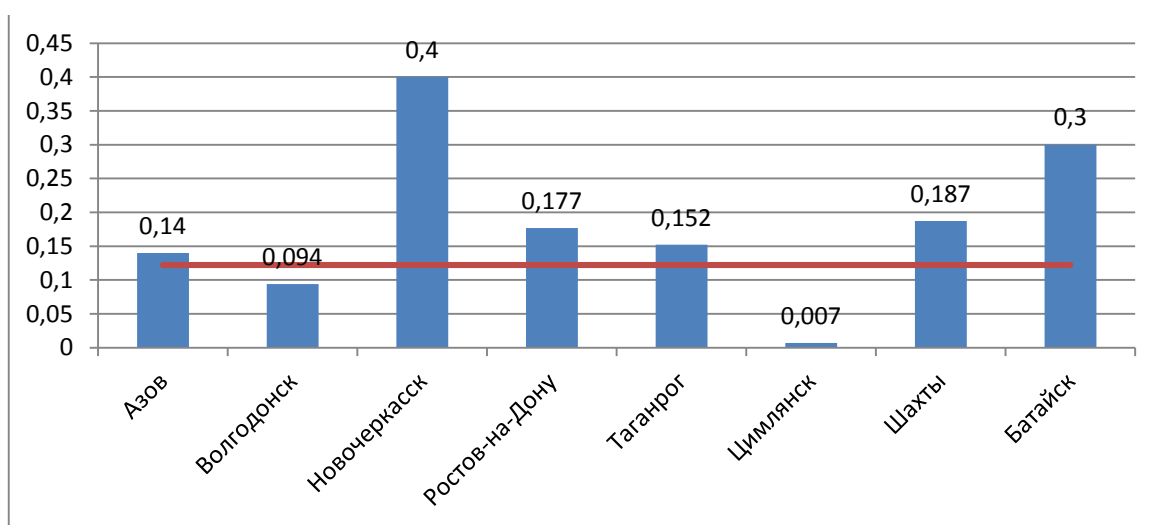


Рисунок 1. Сравнение среднегодовой концентрации загрязняющих веществ со средним значением по РФ мг/м³ (0,162 мг/м³)

Данная диаграмма нам наглядно демонстрирует тот факт, что практически во всех городах Ростовской области средневзвешенное количество загрязняющих веществ превышает среднее значение по РФ. Судя по данным наиболее загрязненной территорией является г.Новочеркасск, на втором месте находится г.Батайск, третье место г.Шахты, и наиболее безопасной является территория города Цимлянского, где данный показатель на 0,155 мг/м³ меньше аналогичного показателя по РФ.

Второй проблемой Ростовской области является загрязненность водоемов, эта проблема возникает на фоне того, что предприятия, которые используют для своего производства водные ресурсы, а затем осуществляют сброс вод, которые недостаточно очищены (рис.2), на фоне этого воды сложнее очистить. что как следствие приводит к росту тарифов на коммунальные услуги.

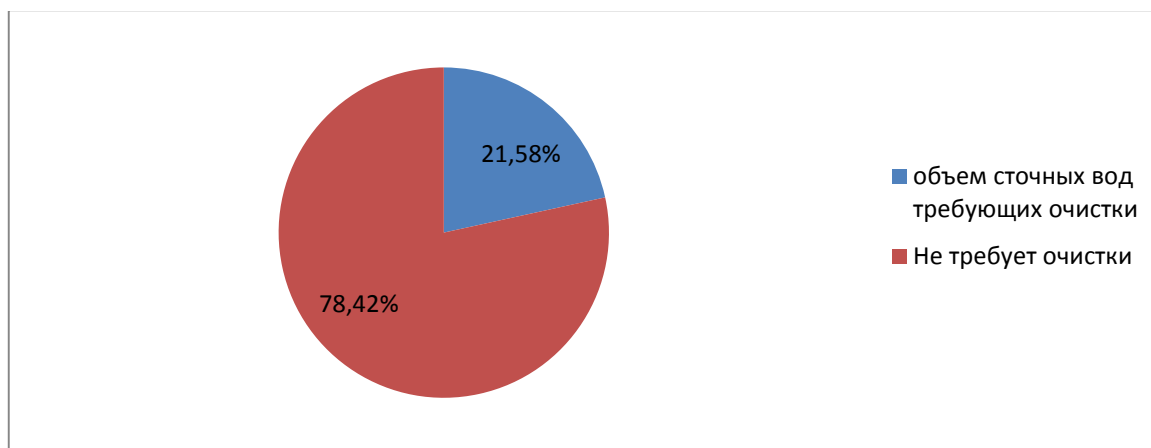


Рисунок 2. Объем сточных вод, требующих очистки 2014г

Данная диаграмма подтверждает тот факт, объем сточных вод, требующих очистки в суммарном объеме всех сточных вод составляет 21,58%. Мерой для уменьшения этого показателя является ужесточение экологического надзора и экологического законодательства.

Экологическая загрязненность г.Шахты оказывает негативное воздействие на горожан, подтверждением этого служат следующие данные: Основным загрязнителем воздуха являются отходы промышленных предприя-

тий, а также транспортные средства. (рис. 3). Данная диаграмма нам наглядно демонстрирует тот факт, что суммарное количество выбросов в атмосферу города с 2011 года по 2013 значительно сократилось в т.ч.: суммарные выбросы от автотранспорта в 2013г по сравнению с 2011г. сократились на 0,76 тыс.т./год, а выбросы от предприятий в свою очередь сократились на 0,34 тыс.т./год., что говорит об улучшении экологической обстановки города, но не смотря на это показатели настолько малы, что изменения практически не заметны.

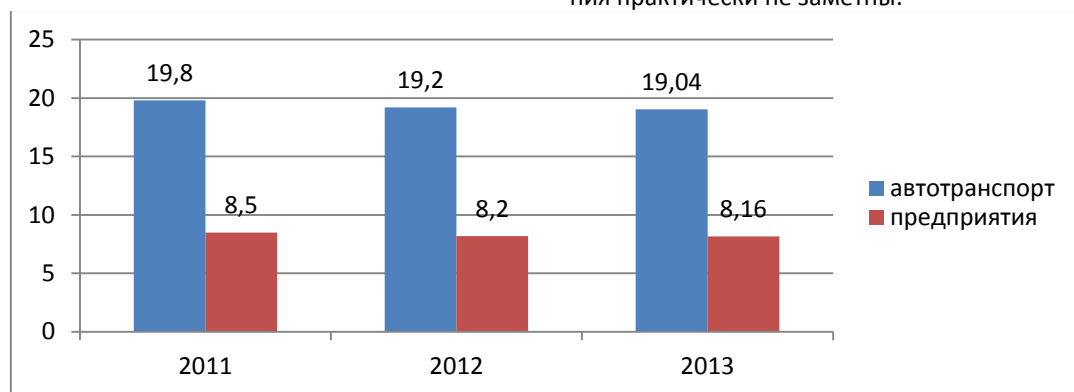


Рисунок 3. Суммарное количество выбросов в атмосферу г. Шахты тыс.т./год

На долю выбросов от автотранспорта приходится 70% от общего объема городских выбросов. (рис.4).

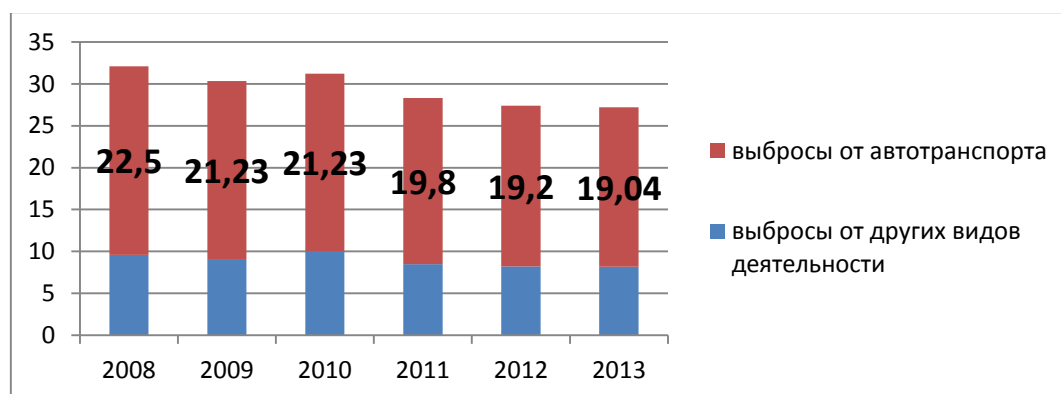


Рисунок 4. Суммарные выбросы от автотранспорта в атмосферу г. Шахты тыс.т./год.

Данная диаграмма нам наглядно демонстрирует тот факт, что с каждым годом суммарные выбросы вредных веществ уменьшаются, это свидетельствует о том, что экологическая обстановка становится лучше. Также транспорт считается основным источником шума. По данным Межрайонного отдела государственного технического осмотра и регистрации автомототранспортных средств (МОГТОР ГИБДД № 2 ГУ МВД России по Ростовской области) отмечается ежегодный рост количества транспортных средств, что влечет за собой соответственно и увеличение вредных выбросов в атмосферу.

Постоянными экологически опасными объектами комплексного (системного) загрязнения окружающей среды являются расположенные на территории города 47 породных отвалов угольных шахт, из которых четыре являются горящими. Горящие отвалы кроме пылевых частиц, выбрасывают: оксид углерода, оксиды азота, диоксид серы, сероводород и другие вредные загрязнители.

Следующей не мало важной проблемой является очистка воды и соответствие ее нормативам. На территории города функционируют предприятия, которые осуществляют забор воды и сброс нормативно очищенных

вод (недостаточно очищенных). Количество загрязненных вод составляет значительный объем от общего объема всех стоков 39% нормативно очищенные, 16% загрязнённые без очистки, 45% недостаточно очищенные и это так же оказывает негативное влияние на окружающую среду, следовательно, необходимо ужесточить наказание за нарушение экологии водоемов.

Еще одной острой проблемой г.Шахты является проблема утилизации ТБО. На территории города ежегодно образуется 259,46 тыс.тонн отходов различных классов опасности преобладают отходы III класса опасности:

Эксплуатация полигона осуществляется в соответствии с проектом «Реконструкция, закрытие и рекультивация полигона ТБО г.Шахты с одновременной прирезкой участка площадью 3,0 га в границах существующего земельного отвода»

Для решения данного вопроса Городской Думой г. Шахты от 25.07.2013 года принято решение об участии муниципального образования «Город Шахты» в межмуниципальном сотрудничестве в сфере обращения с отходами с

муниципальными образованиями, входящими в Красносулинский МЭОК и администрацией города подписано соглашение по данному вопросу. Так же следует отметить, что продвижения в этом вопросе есть, и они положительны 26 февраля 2014г. было подписано концессионное соглашение между МКУ "ДГХ" и ООО "Экострой-Дон" в котором были определены сроки ввода в эксплуатацию мусороперегрузочной станции 26 февраля 2016г., а также нормативный срок использования до 26 февраля 2029г.

Еще одним подтверждением того, что муниципальное образование г. Шахты пытается поддержать и восстановить окружающую среду, служат реализуемые на территории города экологические программы в частности наиболее актуальной является муниципальная целевая программа "Охрана окружающей среды в городе Шахты на 2011-2015 гг". В соответствии с данной программой для ее реализации предусматривается выделение денежных средств в размере 1098.9 тыс. руб.

Экологическая безопасность для муниципального образования должна стоять на первом месте, а как одна из форм ее обеспечения может выступать система тесного сотрудничества с населением, отслеживание возможности возникновения экологических рисков и т.д. В первую очередь для решения проблем города необходимо разви-

вать экологическое воспитание населения, проводить городские субботники, внедрять экологические программы и др. В целом состояние окружающей среды города можно оценить, как неудовлетворительное, но не катастрофическое. Как говорится есть над чем работать.

Литература

1. Федеральный закон от 10.01.2002г. №7 - ФЗ "Об охране окружающей среды" справочная система ГАРАНТ
2. Фатеева С.В., Ерошева И.Ю. Роль экологической безопасности в эффективности деятельности муниципальных образований [Текст] // 21 век: фундаментальная наука и технологии: материалы V международного науч.-практ.конф. (North Charleston. USA. 10-11 ноября, 2014г.) Том 3 с.232-236 (РИНЦ)
3. Экологический вестник Дона 2014г.
4. Рыжкина В.Н., Моисеева Р.М., Ерошева И.Ю. Экологические проблемы России и ЮФО Научный потенциал молодежи – будущему России: материалы и доклады межрег. науч.-практ. конф. 19 апреля 2013 г., г. Волгодонск / редкол.: П.Д. Кравченко [и др.]; Филиал ДГТУ в г. Волгодонске, 2013. – 337 с. URL: <https://ru.wikipedia.org>

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ И РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Ерошева Ирина Юрьевна,

старший преподаватель кафедры «Менеджмент», Институт Сферы Обслуживания и Предпринимательства (филиал) Донского Государственного Технического Университета, г.Шахты

Захарченко Виктория Юрьевна,

студентка 4 курса направления 080200 «Менеджмент», кафедры «Менеджмент», Институт Сферы Обслуживания и Предпринимательства (филиал) Донского Государственного Технического Университета, г.Шахты

THE DEVELOPMENT STRATEGY OF IMPORT SUBSTITUTION IN RUSSIA AND THE ROSTOV REGION

Erosive Irina Yurievna, senior teacher of the Department "Management", VoIP (branch) DSTU, Schahty

Zakharchenko Victoria Yurievna, 4th year student directions 080200 "Management" the "Management" Department VoIP (branch) DSTU, Schahty

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены актуальные вопросы стратегии развития импортозамещения страны и области. Выявлены отрасли, которым в особенности необходимо импортозамещение. Сформулированы аспекты в которых выражается импортозамещение. Приведены кластерные инициативы в векторе региональной инновационной политики.

ABSTRACT

They discussed topical issues of the development strategy of import substitution in the country and region. Identified industry which in particular requires the substitution. Aspects which Express the substitution. Given the cluster initiative in the direction of regional innovation policy.

Ключевые слова: импортозамещение; экономика РФ; экономика РО; промышленность; план, региональная политика; соглашение.

Keywords: import substitution; the economy of the Russian Federation; economy RO; industry; plan; regional policy; agreement.

Экономика России на данный момент переживает нестабильные времена. Наша страна имеет определённые особенности развития и производства товаров, есть определённые виды отраслей, где введенные санкции на ввоз определённых товаров даже способен положительно повлиять на развитие и увеличение объёмов производства. Это касается, например, производство птицы,

но также существует, и определённая зависимость отдельных отраслей национального хозяйства от зарубежных поставщиков в этом играет большую роль в эффективности развития экономики страны и отдельных территориальных образований. Актуальным, на данном этапе экономического развития страны, становится импортозамещение.

Импортозамещение – это создание таких условий, при которых отечественные производители могут конкурировать с зарубежными компаниями на честных рыночных основаниях [1].

Импортозамещение в нашей стране необходимо, в связи с экономической ситуацией и по мнению аналитиков сразу в нескольких ключевых отраслях.

Существуют определённые проблемы государства и регионов, решение которых способно успешно провести политику импортозамещения, прежде всего, это недостаток информации о технологических и снабженческих возможностях отечественных поставщиков продукции, низкий уровень финансового оборота капитала, отсутствие взаимодействия органов власти в том числе муниципальных структур по взаимодействию вновь создаваемых предприятий и подведения коммуникационных систем к вновь создаваемым комплексам, что тормозит или совсем останавливает процесс запуска новых производств и новых мощностей. Данные факторы не позволяют в полной мере способствовать привлечению новых инновационных и инвестиционных проектов на территорию регионов и муниципальных образований.

Для эффективного развития импортозамещения в каждой отрасли, где это возможно, необходимо перейти от ручного управления к системной работе с профильным предпринимательским сообществом, обеспечить набор стимулов, а также наладить процессы, связанные с оказанием финансовой помощи предприятиям, которые участвуют в импортозамещении, снятием административных барьеров и мониторингом отраслевых процессов [1].

Также следует отметить, что эмбарго на продовольственные товары в отношении западноевропейских стран позволяет стимулировать отечественного производителя и расширять экономические возможности территорий.

Количество товаров на которые попал запрет на ввоз широк. Это овощи, фрукты, мясо, орехи и молочная продукция. Эксперты полагают, что важно взаимодействие не только государственной политики, но и наладить работу фермерских хозяйств с точками реализации продукции.

За 2014 год можно увидеть, что в РФ ощутимо выросло промышленное производство - примерно на 1,5%. В то время как ВВП, в свою очередь увеличился на 0,6% (по данным Министерства Финансов) [2].

Таким образом, импортозамещение в промышленности России, выражается в двух аспектах:

- это желание потребителей иметь доступ к более дешевой продукции;
- привлекательность российской экономики с точки зрения производственных издержек.

Необходимость импортозамещения стоит наиболее остро в следующих сферах промышленности Российской Федерации: станкостроение, тяжелое машиностроение, легкая промышленность, фармацевтика и пищевая индустрия. Для того, чтобы реализовать этот процесс необходима масштабная программа импортозамещения, которая будет поддерживаться государством.

Сегодня на наш взгляд, задача государства и законодательных органов — это создать условия для развития собственного конкурентоспособного производства, для этого многие отрасли и производства необходимо создавать практически заново. У российского бизнес-сообщества

существуют определённые проблемы, такие как ограниченность финансовых ресурсов, материальных, информационных, а главное трудовых. Необходимо пересматривать вопросы повышения квалификации персонала, умение обладать инновационным методом мышления, уметь мобильно переориентироваться при необходимых условиях.

В качестве положительного момента отмечается повышенное внимание со стороны государства и бизнес-групп к развитию сельского хозяйства, в связи с введением зарубежных санкций. Данная ситуация показала, что нашему государству необходимо развивать и постоянно поддерживать развитие сельского хозяйства, аграрный сектор экономики [3].

В частности, по поручению Губернатора Ростовской области в марте 2014 года министерством экономического развития области совместно с отраслевыми органами исполнительной власти, научным и бизнес-сообществом региона была начата работа по разработке планов содействия импортозамещению в регионе [4].

Учитывая складывающиеся новые экономические реалии, перед Правительством Ростовской области стоят задачи поддержки региональных предприятий, производящих высококачественные товары, аналогичные импортным, использования или перепрофилирования действующих или создания новых производственных мощностей, внедрения научных разработок и инновационных технологий.

Мы считаем, что необходимо расширять привлечение инвестиций в регион с помощью развития и расширения практических возможностей государственно-частного партнёрства, создание тесных взаимосвязей по расширению кластерного подхода в решении намеченных проблем.

По словам заместителя губернатора Ростовской области М.А.Чернышева «анализ экономического потенциала области показал, что реализация «стратегии» импортозамещения на региональном уровне становится актуальной в отношении следующих отраслей экономики области:

- Пищевая и перерабатывающая промышленность;
- Оборонная промышленность;
- Машиностроение (производство транспортных средств и оборудования);
- Промышленность строительных материалов;
- Легкая промышленность (текстильное и швейное производство) [4].

В целом региональная политика импортозамещения должна быть ориентирована на решение следующих задач:

1. Реализация потенциала регионального потребительского рынка и стимулирование крупного бизнеса к приоритетным закупкам сырья, материалов и комплектующих у региональных производителей.
2. Участие предприятий региона в стратегии импортозамещения реализуемой на федеральном уровне и стратегии импортозамещения крупнейших Российских компаний [4].

В настоящее время созданы рабочие группы по разработке стратегии импортозамещения и принятия конкретных мер поддержки таких предприятий. Эксперты

проводит работу по определению имеющихся мощностей для производства импортозамещающей продукции.

На сегодняшний день экономика области такова, что нужно использовать уже имеющийся научный и экономический потенциал области, а также использовать систему стратегического планирования для корректировки и создания региональных кластеров.

Одной из форм оказания поддержки предприятиям области является содействие в развитии региональных кластеров в сфере промышленного производства. Примером может послужить создание кластера «Донские молочные продукты», реализуемый ОАО «Региональная корпорация развития», а так же подписано Соглашение о создании инновационно-технологического кластера на территории области «Южное созвездие» между корпорацией развития и Южным федеральным университетом [4].

Для поддержания и развития муниципальных образований области по данному вопросу необходимо грамотно и с учётом развития каждого муниципального образования и территорий сформировать необходимые мероприятия по поддержке импортозамещения.

Для поддержки малого и среднего бизнеса как одним из моментов развития производства может служить установление льготной налоговой политики в отношении развития определённых отраслей.

Подписанное Соглашение между Министерством экономического развития Российской Федерации и Правительством Ростовской области о взаимодействии во внешнеэкономической сфере ставит целью организацию работы по реализации конкретных экспортных проектов

компаний области, а также привлечению в регион иностранных инвесторов путем активного взаимодействия с торговыми представительствами РФ за рубежом в части реализации инвестиционных проектов по импортозамещению [4].

В заключении следует отметить, что, для развития территорий необходимо дифференцированно и максимально грамотно проанализировать и скоординировать работу действующих предприятий области, с помощью государственно-частного партнёрства и её форм (например, концессий) привлечь на территорию области необходимых инвестиционных партнёров, заинтересовать ресурсным потенциалом, творческими способностями и накопленным опытом

Литература

1. А.Данилов-Данильян Импортозамещение в России- 2015: чем обернётся кризисная политика для компаний //Электронный журнал Коммерческий директор 24.02.2015г.
2. Официальный сайт Министерства Финансов РФ.
3. А.Алтухов Продовольственная безопасность России в условиях зарубежных санкций// Аграрная политика: проблемы и решения. №12 2014.
5. Официальный портал правительства Ростовской области / Доклад зам.губернатора РО М.А.Чернышева «О поддержке предприятий Ростовской области, производящих импортозамещающую продукцию»

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОСНОВНЫХ ОТРАСЛЕЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ВТО И САНКЦИЙ

Ибрагимов Эльшан Махмуд, Николаев Глеб Сергеевич

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена конкурентоспособность основных отраслей Российской экономики в условиях ВТО и санкций на сегодняшний период времени, а также даны рекомендации по повышению конкурентоспособности с целью повышения экономической и национальной безопасности страны.

Ключевые слова: Конкурентоспособность, российская экономика, государство, санкции, защитные меры, разумная налоговая политика государства, конкурентная борьба, внешний рынок, внутренний рынок.

ABSTRACT

The article considers the competitiveness of major sectors of the Russian economy in the context of the WTO and sanctions to date period, as well as recommendations to improve competitiveness in order to enhance the economic and national security.

Keywords: Competitiveness of the Russian economy, the government, sanctions, protective measures, reasonable tax policy of the state, competition, foreign market, the domestic market.

За два года участия России в ВТО «никаких критических изменений в экспорте и импорте Российской Федерации не произошло». По представленным к конференции данным ЦМТ, следствием присоединения к ВТО не стал всплеск импорта из-за снижения тарифной защиты, которого многие опасались. Импорт (правда, с учетом ответных мер России на западные санкции) даже снизился на 0,3%. При этом объемы экспорта увеличились на 1,8%, а по отдельным видам продукции есть ощутимый рост.

Например, на 16% увеличился экспорт по группе машин и оборудования.

Присоединение России к ВТО является «очень большим стимулом для укрепления экономики и развития промышленности». Сейчас Россия «продолжает иметь определенные конкурентные преимущества в небольшом количестве видов продукции машиностроения, в первую очередь это ядерные реакторы, тепловыделяющие элементы, так называемые твэлы, где Россия зани-

мает 20% рынка». «Однако по большинству других позиций успехи, конкурентоспособность российской продукции, не столь высоки, и, конечно, ее повышение является очень серьезной задачей на сегодняшний момент. Все это обуславливает актуальность данного вопроса.

Не так давно наша страна вступила во Всемирную торговую организацию. Но не успели еще наши граждане почувствовать все плюсы и минусы пребывания в ВТО, как изменения в политической сфере соседней страны, и введение в связи с этим, Западом в отношении России санкций, поставили вопрос о том, насколько выгодно Российской Федерации продолжать оставаться в составе ВТО. На этот счет специалистами высказываются разные мнения. Рассмотрим, какие же варианты ответа на вопрос – выйдет ли Россия из ВТО – существуют на данный момент.

Если характеризовать отношения, складывающиеся между Россией и ВТО, то, несмотря на короткий срок, их нельзя назвать простыми. Еще до введения санкций, Россией было подано в ВТО два иска к Евросоюзу в энергетической сфере. Первый из них касался требования прекращения использования энергокорректировок при проведении антидемпинговых расследований против российских компаний (т.е. расчета стоимости товаров из европейских, а не российских цен). Второй иск связан с ограничениями для вертикально интегрированных компаний на право владения и управления энерготранспортными сетями со стороны.

В свою очередь, Евросоюз так же подал иск против России – он касается режима уплаты утилизационного сбора на автомобили в нашей стране.

В этом же году, как известно широкому кругу общественности, Евросоюзом был принят ряд экономических санкций в отношении РФ. Наша страна, в ответ, ввела ограничения на импорт ряда сельхозтоваров, сырья и продуктов питания из стран Запада. Безусловно, такие взаимные действия не способствовали улучшению отношения между сторонами – напротив, разногласия усугубились, в связи с чем, Евросоюз планирует инициировать процедуру разрешения споров в ВТО для оспаривания наших санкций.

В свете всего сказанного выше, все чаще возникает вопрос – а так ли необходимо России участие в ВТО? Так, например, коммунистическая партия РФ однозначно отвечает – участие в ВТО невыгодно для России. Об этом, представители данной партии говорили еще до вступления РФ в ВТО, поскольку, по их мнению, данное участие вредит многим отечественным секторам экономики страны. Отстаивая свою позицию, КПРФ даже подготовила для Госдумы вопрос о выходе из ВТО. О рассмотрении возможности выхода России из данной организации, еще в марте 2014 года говорил и лидер «Справедливой России» Сергей Миронов.

Нахождение в ВТО не дает возможности государству в полной мере защищать свой внутренний рынок. Кроме того, выход из ВТО откроет перед Россией новые экономические возможности, позволив стать серьезным экономическим центром – все возможности для независимого развития у нашей страны есть.

Вступление России в ВТО должно было привести, за счет снижения торговых барьеров, к плавному снижению

цен по многим категориям товаров: парфюмерии, косметики, меховым и кондитерским изделиям, чаю и кофе, алкоголю; в долгосрочной перспективе ожидалось снижение стоимости на автомобили, а так же компьютерную и оргтехнику.

Что касается отраслей сельского хозяйства и животноводческой сферы, предполагалось, что здесь так же по большинству показателей стоимость продукции будет снижена. В частности, должны были упасть цены на фрукты и овощи; а вот что касается мясной продукции, то по некоторым показателям отечественные производители превосходили импорт, в связи с чем, резкого снижения стоимости мясной продукции не ожидалось.

Впрочем, именно в продовольственной сфере отечественным товаропроизводителям пришлось бы особенно тяжело удержаться на рынке спроса на товары – конкурировать с иностранной продукцией нашим фермерам было бы сложно, поэтому потребовалась бы и консолидация работников данной отрасли, и особая поддержка со стороны государства. Несмотря на сохранение льгот за особыми экономическими зонами, многие производители в РФ не смогли бы составить конкуренцию западным товарам.

Введенные Западом санкции (а так же ответные действия РФ), сыграли в пользу российских товаропроизводителей – ведь теперь основное внимание государства будет направлено на развитие отечественных отраслей экономики – прежде всего, сельскохозяйственной и животноводческой. Кроме того, переориентация на импорт товаров из других стран, не входящих в санкционный список, в определенной мере снижает возможность давления ВТО на Россию.

Нельзя забывать и о том, что сейчас идет активное развитие сотрудничества между странами, входящими в Таможенный союз. По мнению экспертов, Таможенный союз прекрасная альтернатива ВТО, к тому же, не имеющая никаких отрицательных сторон для России. Так, может быть, России действительно есть смысл покинуть ВТО?

По мнению ряда специалистов, Россия сохранит в ближайшее время свое членство в ВТО, но выход из неё, тем или иным образом, неизбежен. На фоне того, что многие российские компании настаивают на расширении применения инструментов ВТО для отстаивания своих интересов на рынке, возможно появление новых исков в ВТО.

Уменьшение импорта в Россию товаров, из многих стран Евросоюза, и, как следствие, снижение зависимости от них РФ, вполне возможно приведет к тому, что Россия откажется выполнять ряд правил ВТО, защищая свои интересы. В связи с этим, РФ может быть либо исключена из этой организации (что, по мнению экспертов, плохо скажется на самом существовании ВТО), либо её членство будет приостановлено. Это альтернатива самостоятельному выходу страны из ВТО (либо инициированию процедуры приостановления членства).

Но существует и мнение, что выход из ВТО случится очень скоро – иски и арбитражи в связи с санкциями ускорят выход нашей страны из этой организации, который

произойдет уже в ближайшее время. Впрочем, пока официальные власти говорят о том, что даже не рассматривают возможность выхода из ВТО...⁹

На сегодняшний день главная цель - использовать одно из важных конкурентных преимуществ России, емкий внутренний рынок. Заполнить его конкурентоспособными, качественными товарами, которые производит реальный сектор отечественной экономики, разумеется, сохраняя стабильность и сбалансированность внутреннего рынка, экономики в целом. По сути, речь идет о формировании такой экономической политики, при которой все усилия федеральных и региональных органов власти должны быть переориентированы на развитие реального сектора. Нужно за предстоящие полтора-два года совершить настоящий рывок в повышении конкурентоспособности российского реального сектора, сделать то, на что раньше потребовались бы годы.

Залог развития любого производства - доступ к финансовым ресурсам, к дешевым кредитам. Без этого, например, не закупить новое оборудование. Но сегодня ставки по кредитам слишком высоки. Модернизация и расширение становятся невыгодными.

Весь инвестиционный ресурс, прибыль этих отраслей, уходит кредитным организациям - половина полученной ими прибыли уходит на оплату процентных платежей, а вторая половина - на возврат кредитов.

Необходимость снижения процентных ставок по кредитам, в том числе, ключевой ставки. Уровень этих ставок в некоторых других странах, допустим, в том же Евросоюзе, но если мы посмотрим на уровень инфляции с одной стороны, и на уровень ставки с другой, некоторые вещи становятся более понятными и ясными. У нас тогда сразу возникает проблема снижения инфляции. Если мы ее ставим в качестве ключевой проблемы, а она такой и является, она порождает необходимость определенных действий в экономике.

Глава департамента госрегулирования внешнеторговой деятельности Минпроторга Сергей Колдаев рассказал, какие меры планируется принять для повышения конкурентоспособности предприятий. Министерство сейчас оценивает возможности и составляет планы по импортозамещению. Следующим шагом, как пояснил он, станет

оценка возможностей конкурентоспособного замещения таких позиций силами отечественных предприятий. В госпрограммах будут учтены предложения по развитию отечественных импортозамещающих производств и по локализации на территории России производственных площадок зарубежных компаний. По его словам, в рамках госпрограммы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» будет разработана и утверждена подпрограмма развития производства. В системе господдержки будут применены два инструмента - Фонд развития промышленности и субсидирование затрат на НИОКР. Важную роль также будет играть и новый инструмент промышленной политики - специальный инвестиционный контракт. Фонд развития промышленности и специнвестконтракт заработают после окончательного принятия закона «О промышленной политике»¹⁰.

Итак, как мы видим создание действительно конкурентоспособного продукта возможно только в случае ориентации предприятий сразу на внешний рынок, а не только на внутренний. Курс на инновационное импортозамещение предполагает переход к производству высокотехнологичной и наукоемкой продукции с помощью повышения уровня развития производства, технологий, качества продукции.

Решение стратегических задач инновационного развития может эффективно осуществляться при активной поддержке государства. Техническое регулирование является инструментом, способствующим координировать деятельность государства и предпринимательских структур с целью эффективного импортозамещения, повышения экономической и национальной безопасности страны, в условиях санкций.

Список источников

1. <http://wto.wtcmoscow.ru/novosti/2699>, статья, В ЦМТ подвели итоги двухлетнего участия России в ВТО: негативных последствий нет, для использования преимуществ нужно стимулировать рост конкурентоспособности, Спецпроект ЦМТ "Россия в ВТО", 2014
2. <http://provinciallynews.ru/>, статья Санкции Запада против России, 2015

ФОРМИРОВАНИЕ ГОРОДСКИХ АГЛОМЕРАЦИЙ В РОССИИ: ПОСТУЛАТЫ ПРОШЛОГО И ТЕОРИИ НОВОГО ВРЕМЕНИ

Ижгузина Назлыгуль Рустамовна

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

*THE FORMATION OF URBAN AGGLOMERATIONS IN RUSSIA: POSTULATES OF THE PAST AND THEORIES OF MODERN TIMES
Izhguzina Nazlygul, Urals State University of Economics, Yekaterinburg*

АННОТАЦИЯ

В статье представлены существующие направления формирования городских агломераций, а также эволюция их миссии в современных условиях. Автор рассматривает модели управления агломерациями, выделяя преимущества и недостатки в каждой из них.

⁹ <http://provinciallynews.ru/>, статья Санкции Запада против России, 2015

¹⁰ <http://wto.wtcmoscow.ru/novosti/2699>, статья В ЦМТ подвели итоги двухлетнего участия России в ВТО: негативных послед-

ствий нет, для использования преимуществ нужно стимулировать рост конкурентоспособности, Спецпроект ЦМТ "Россия в ВТО", 2014

ABSTRACT

The article presents the existing directions of the formation of urban agglomerations as well as the evolution of their mission today. The author considers the management models of agglomerations, highlighting advantages and disadvantages of each.

Ключевые слова: городская агломерация, формирование городских агломераций, модели управления агломерациями.

Keywords: urban agglomeration, the formation of urban agglomerations, management models of agglomerations.

Формирование городских агломераций (ГА) представляет собой процесс организации взаимовыгодного сотрудничества города-центра со своими спутниками с целью успешного социально-экономического развития всей территории. Традиционно ученые выделяют следующие направления (рисунок1):

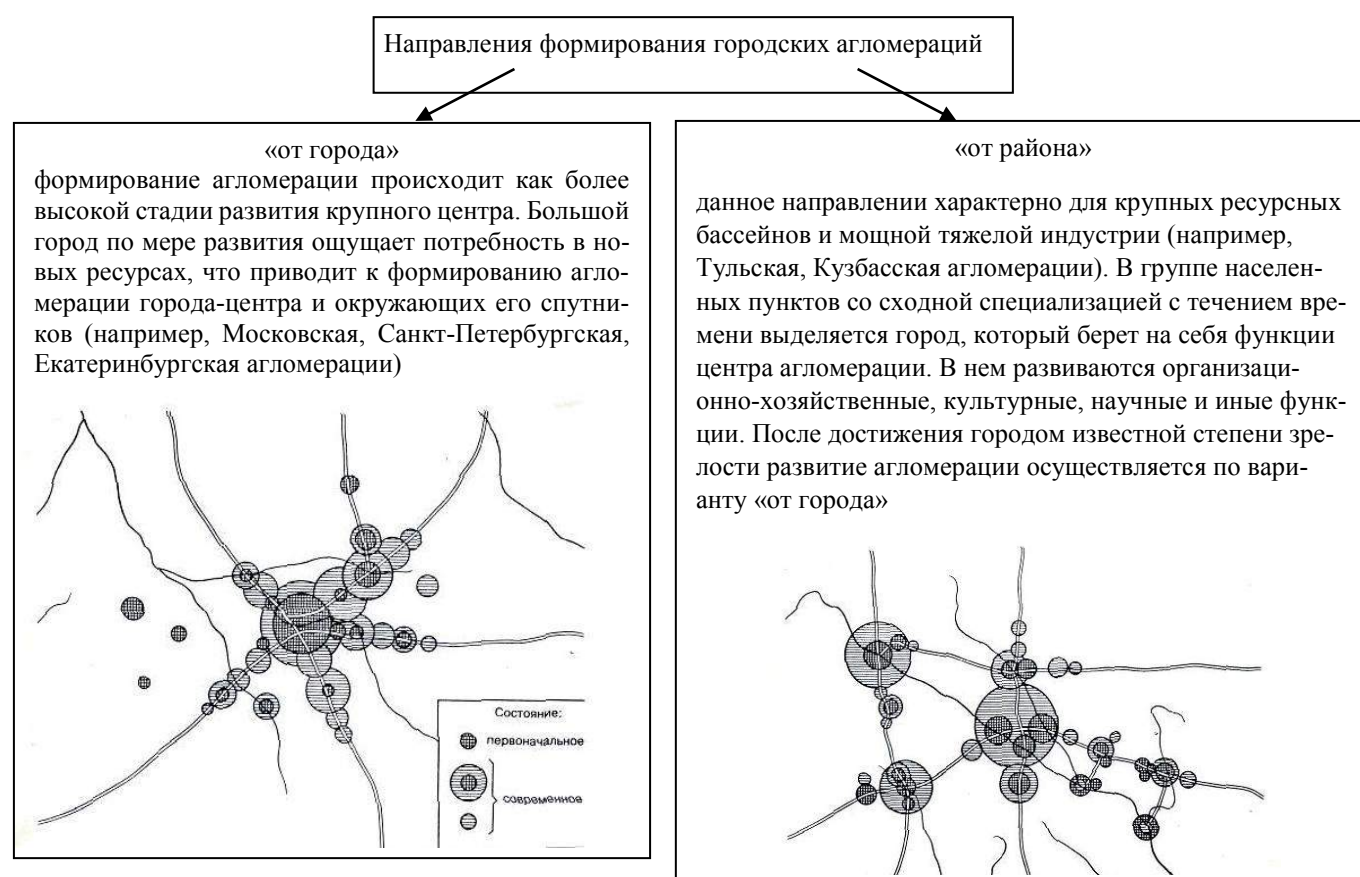


Рисунок 1. Направления формирования городских агломераций [1; 6]

Характеризуя современное развитие ГА, Нещадин А. и Прилепин А. [8, с.121-139], выделяют четыре фазы формирования агломераций:

1 фаза – «агломерация рынка труда» («индустриальные агломерации»), объединяющим фактором выступают производственные связи, однако еще не сформирован единый рынок труда, земли, недвижимости и других ресурсов.

На 2 фазе наблюдается усиление центростремительных сил, формируется единый рынок труда ГА.

3 фаза – развитая агломерация («агломерация рынков торговой, жилой и производственной недвижимости»): появляется единое функционально связанное пространство; активно развиваются субурбии (города-спутники), переняв ряд функций ядра агломерации в сфере производства, развлечения и потребления, что приводит к росту потребности в развитой и отвечающей современным требованиям транспортной инфраструктуре; формируется единый рынок ГА, и как следствие агломерация начинает играть значимую роль на национальной арене.

4 фаза – постиндустриальная агломерация: городская агломерация активно включается в экономическую жизнь мира; интеллектуальные системы и SMART-технологии (англ. smart, умный), коворкинг-модели (англ. co-working, совместно работающие) (концепция «третьего места»), «новый портфель ресурсов» постепенно формируют новое агломерационное пространство.

4 стадию формирования агломераций в модели А. Нещадина и А.Прилепина необходимо дополнить современными тенденциями, которые проявляются в концепции управления социально-экономическим развитием агломерации. В настоящее время процессы агломерирования претерпевают значительные изменения. Так, если в середине XX в. ученые-урбанисты видели в городской агломерации очаг нового, двигателя общественного прогресса [5, с.6], то в условиях современности – необходимость эффективного развития всей национальной экономики с учетом инновационных тенденций [4]. Примеры предназначения некоторых агломераций приведены в таблице 1.

Таблица 1

Стратегическое видение некоторых городских агломераций

Наименование городской агломерации	Источник	Стратегическое видение городской агломерации
Екатеринбургская городская агломерация	Ваксман С.А., Ижгузина Н.Р. Институциональные и транспортные принципы формирования крупной городской агломерации (на примере Екатеринбургской городской агломерации) // Социально-экономические проблемы развития и функционирования транспортных систем городов и зон их влияния: материалы XIX Междунар. (двадцать второй Екатеринбургской) науч.-практ. конф. (16 – 17 июня 2013 г.) / науч. ред. С.А. Ваксман. – Екатеринбург: Изд-во АМБ, 2013. – С. 24	Миссия Екатеринбургской городской агломерации: Екатеринбургская агломерация - это устойчиво развивающийся многопрофильный индустриальный и образовательный центр международного значения, способствующий созданию благоприятного социально-экономического и правового климата для жителей и предпринимателей агломерации на основе развития эффективного инновационного производства. Цель развития Екатеринбургской агломерации – формирование благоприятной социально-экономической и политической среды для горожан нынешнего и будущего поколения.
Самарско-Тольяттинская агломерация	Стратегия развития Самарско-Тольяттинской агломерации – Официальный сайт Регионального информационного портала Smart-City 63. – Режим доступа: http://smart-city63.ru/?page_id=46 . – Самара, 2013. – С. 10	Цели создания Самарско-Тольяттинской агломерации: 1. Создание единой концепции развития региона, которая должна охватывать весь процесс регионального планирования от развития региона до планирования устойчивого развития регионального ландшафта; 2. Определение слабых и сильных сторон агломерации с тем, чтобы получить дополнительные бонусы для развития региона, зная его преимущества и недостатки; 3. Разработка региональной стратегии планирования для того, чтобы привлечь к себе внимание федерального (а возможно и международного) уровня в условиях конкуренции с другими столичными регионами; 4. Другие точки соприкосновения – подготовка и запуск новых проектов с целью привлечения финансовой поддержки региона и т.д.
Абакано-Черногорская агломерация	Концепция развития Абакано-Черногорской агломерации на период до 2020 года: Постановление Президиума Правительства Республики Хакасия от 21.05.2013 г. № 37-п // Официальный сайт инвестиционного портала Республики Хакасия. – Режим доступа: http://invest.r-19.ru/assets/files/projects/acha-conception-2020.pdf . – С. 27	Основные цели создания Абакано-Черногорской агломерации 1) повышение конкурентоспособности Республики Хакасия; 2) концентрация производства в силу кластерного развития Абакано-Черногорской агломерации; 3) оптимизация рынка труда; 4) эффективное использование объектов инфраструктуры и существующих ресурсов; 5) формирование благоприятной среды для проживания и самореализации населения.
Чебоксарская агломерация	О вынесении на публичные слушания проекта Стратегии развития города Чебоксары на период до 2020 года с учетом перспективы развития агломерации город Чебоксары – город Новочебоксарск - Мариинско - Посадский район - Моргаушский район - Цивильский район - Чебоксарский район: Постановление Администрации города Чебоксары от 06.05.2009 № 112 // Официальный сайт города Чебоксары. – Режим доступа: http://gov.cap.ru/laws.aspx?gov_id=81&id=66624 . - С. 58	Миссия Чебоксарской агломерации: Чебоксарская агломерация – это уникальная территория, сочетающая возможности для профессиональной и творческой реализации, присущие крупным российским и развитым европейским городам и высококачественные условия для жизни, присущие малым и средним городам. Цели развития Чебоксарской агломерации на долгосрочную перспективу: 1. Создание на территории агломерации высокоорганизованной экономической, социальной и территориальной системы, привлекательной для жизни и работы населения;

Наименование городской агломерации	Источник	Стратегическое видение городской агломерации
		2. Выгодное встраивание (интеграция) Чувашской республики в экономические, финансовые и миграционные потоки ПФО, РФ и мира за счет развития Чебоксарской агломерации.
Новосибирская агломерация	Стратегия социально-экономического развития Новосибирской области на период до 2025 года: Постановление Губернатора Новосибирской области от 03.12.2007 № 474 // Официальный сайт Губернатора и Правительства Новосибирской области. – Режим доступа: http://www.nso.ru/activity/Socio-Economic_Policy/strat_plan/Documents/1654.pdf . - С. 164; Пространственное развитие Новосибирской агломерации. Проект «Схема территориального планирования Новосибирской агломерации» // Официальный сайт Международной Ассамблеи столиц и крупных городов «МАГ». – Режим доступа: http://www.e-gorod.ru/Documents/meropr/2014_01_24_novosibirsk/novosibirsk_agglomeration_2014.pdf . - С. 8-9	Главным стратегическим направлением в развитии Новосибирской агломерации является ее превращение в крупнейший центр развития промышленности, инновационных технологий, что обеспечит выполнение межрегиональных и международных функций в сфере информационных, образовательных, финансовых, торговых, транспортно-логистических и культурно-развлекательных услуг. Миссия Новосибирской агломерации – превращение Новосибирской агломерации в главный инновационный центр на Востоке России, отвечающий вызовам XXI века, и в один из наиболее комфортных для проживания, труда и отдыха регион страны. Стратегический замысел – создание конкурентоспособного на мировом рынке территориального образования – Новосибирской агломерации, имеющего стратегию развития, утвержденную Схему территориального планирования (устраняющую или нивелирующую существующие недостатки пространственной организации территории, способствующую созданию комфортной среды для бизнеса, высокого качества жизни населения и т.д.) и соответствующего государственным целям и задачам. Цели создания Новосибирской агломерации: 1. Согласование взаимных интересов в области градостроительной деятельности органов местного самоуправления муниципальных районов, городских округов, органов государственной власти на территории Новосибирской агломерации; 2. Обеспечение устойчивого развития территорий всех муниципальных образований, вошедших в состав Новосибирской агломерации; 3. Выработка основных направлений градостроительной политики на принципах межмуниципального сотрудничества всех муниципальных образований, вошедших в состав Новосибирской агломерации; 4. Определение существующих и перспективных границ Новосибирской агломерации; 5. Подготовка предложений (в случае необходимости) по включению в перспективные границы агломерации дополнительных муниципальных образований.
Красноярская агломерация	Пояснительная записка к концепции развития Красноярской агломерации до 2020 г. – Официальный сайт Национального Градостроительного Общества. – Режим доступа: http://www.gardarica.pro/component/k2/item/247-пояснительная-записка-к-концепции-развития-красноярской-агломерации-до-2020-г.html	Генеральная цель развития Красноярской агломерации – положить начало системному процессу развития новой социально-экономической реальности – умножению массового постоянного населения Сибири, имеющего высокие социальные и экономические возможности при ведущей роли первых. Цели развития Красноярской агломерации: - занять место лидера развития в Сибири;

Наименование городской агломерации	Источник	Стратегическое видение городской агломерации
		- задать энергетику развития Южно-Сибирского кластера агломераций с перспективой доведения численности постоянного населения до 15-20 млн. человек; - создать и поддерживать динамику развития Сибири как платформы Российской цивилизации в системе мироустройства и формирования глобально значимых регионов; - добиться выхода на уровень исторического антропо-демографического успеха в сбережении и умножении российского народа, показав новые формы жизнеустройства, духовного роста и устойчивого развития в XXI веке.
Владивостокская агломерация	Презентация «Стратегия социально-экономического развития Приморского края на период до 2025 года». – Официальный сайт фонда «Центр стратегических разработок «Северо-Запад». – Режим доступа: http://www.csr-nw.ru/upload/file_category_592.pdf . - Слайд 9	Цель формирования Владивостокской агломерации – формирование центра сотрудничества России и АТР, сомасштабного тенденциям урбанизации в макрорегионе

Как уже было отмечено, современный этап формирования городских агломераций и их дальнейшего развития тесно связан с процессом управления для достижения максимальных положительных эффектов. Муниципальные образования, входящие в состав агломераций, объединены экономическими, социальными, культурными и иными взаимосвязями, что должно найти выражение в соответствующей структуре управления агломерацией. В связи с этим целесообразным представляется охарактеризовать основные модели управления городскими агломерациями, используемые в мире.

Александр Лола [7] весь мировой опыт по данному вопросу сводит к трем моделям:

- ассоциативная (координационная) модель – руководящие структуры территорий, входящие в состав агломерации, на базе созданной ими ассоциации

осуществляют управление агломерацией, затрагивая общие вопросы развития. Данная модель наиболее распространена.

- промежуточная модель опять же характеризуется наличием ассоциации субъектов ГА, однако город-центр получает определенные преимущества в решении общих проблем и в механизмах управления, законодательно закрепленные государством.
- модель единства органов распорядительной власти и органов управления агломерацией. Данная модель является наиболее эффективной.
- Помимо указанных моделей наиболее распространенными в мире являются: одноуровневая; двухуровневая; договорная и модель регионального управления, характеристика каждой из которых приведена в таблице 2.

Таблица 2

Модели управления городскими агломерациями [2, с.106; 3, с.2; 10; 9, с. 67-69; 13, с. 18-21; 14, с. 58-60]

Название модели	Содержание	Преимущества и недостатки	Примеры
Одноуровневая	предусматривает объединение всех территорий, входящих в состав агломерации, в единое муниципальное образование и упразднение их прав на самостоятельность бюджета и наличие выборных органов власти. предполагает создание органа управления на верхнем (агломерационном) уровне и сохранение нижнего уровня муниципальных образований. Вопросы ведения органа агломерационного уровня затрагивают наиболее важные аспекты функционирования всех территорий, входящих в состав агломерации, полномочия же местного характера сохраняются за муниципалитетами.	Преимущества: - простота модели; - более высокая эффективность; - высокая подотчетность власти Недостатки: - возможность возникновения конфликтов на стадии объединения; - трудность дифференциации услуг;	- В 1998 г. в рамках агломерации Торонто 6 городов были объединены в единое муниципальное образование. - Шанхайская агломерация («Большой Шанхай»), где управлением занимается мэрия города и городской комитет Компартии Китая.

Название модели	Содержание	Преимущества и недостатки	Примеры
Двухуровневая	Договорная модель подразделяется на: - модель с директивным распределением полномочий (на территории всей агломерации создается муниципалитет верхнего уровня, муниципальные образования агломерации сохраняются и становятся муниципалитетами нижнего уровня. Полномочия обоих уровней устанавливаются в директивном порядке); - модель с договорным распределением полномочий (аналогично модели с директивным распределением полномочий создается муниципалитет верхнего уровня, отличие заключается в том, что компетенции данного муниципалитета не определяются централизованно или директивно установленные полномочия остаются весьма ограниченными. Как правило, муниципальные образования нижнего уровня на условиях соглашения передают муниципалитету верхнего уровня часть своих полномочий).	Преимущества: - эффективное предоставление муниципальных услуг Недостатки: - конфликтность в силу необходимости достижения баланса при организации представительства интересов ядра агломерации и остальных территорий в рамках верхнего уровня муниципальных.	- 1954 – 1998 гг. - агломерация Торонто; - «Большой Стокгольм»; - агломерации Франции.
Договорная	схожа с двухуровневой моделью управления с договорным распределением полномочий. Разработка Концепции социально-экономического развития территорий агломерации, совместные проекты реализуются на основе договорных отношений между муниципалитетами. Для успешного функционирования агломерации могут быть созданы специальные органы управления (Советы, Ассоциации и т.д. по развитию городской агломерации), которые не обладают властными полномочиями.	Преимущества: - наиболее гибкая и распространенная модель управления; - сохранение самостоятельности муниципальных образований агломерации (как юридической, так и в вопросах оперативного управления); - согласованная экономическая, социальная, градостроительная, жилищная, финансовая и т.д. политика территорий агломерации Недостатки: - зависимость данной модели управления от склонности к компромиссам и консенсусу со стороны руководителей муниципалитетов; - отсутствие стабильности в управленческой системе агломерации в виду риска рассогласования интересов территорий.	- «Большой Чикаго» (взаимодействие в рамках агломерации осуществляют 1510 муниципальных образований); - Калгарийская агломерация (орган управления – Региональное партнерство Калгари, включает 13 муниципалитетов); - «Большой Лос-Анджелес» (орган управления – Ассоциация властей Южной Калифорнии (Southern California Association of Governments)).
Модель регионального управления	представляет собой один из вариантов двухуровневой модели управления с директивным распределением полномочий. Управление на верхнем (агломерационном) уровне осуществляется органом региональной власти, в этой связи применение данной модели особо актуально в случаях, когда городская агломерация охватывает значительную площадь региона.	Преимущества: - сохранение муниципалитетами самостоятельности Недостатки: - риск трансформации системы управления агломерацией в систему управления развитием региона.	- агломерации штата Коннектикут в США.

В большинстве агломераций мира (Лондон, Париж, Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Стамбул, Джакарта, Мумбаи) существуют надмуниципальные органы управления – Ассоциации/Агентства/Советы. Характерным примером может быть Southern California Association of Governments (Ассоциация властей Южной Калифорнии), которая фактически занимается управлением Большого Лос-Анджелеса, темпы и объем экономики которого в 2-3 раза превышают Московскую агломерацию, при практически равной численности населения, что является одним из подтверждений эффективности такой Ассоциации [11]. Аналогичная структура существует и в Стамбульской агломерации и называется Союз муниципалитетов Мраморно-морского региона [12].

Таким образом, процесс формирования городских агломераций является необычайно сложным, поскольку современные тенденции агломерирования носят иной характер, нежели в предыдущем веке. Важно учитывать имеющийся опыт России и зарубежных стран и способствовать усилению положительных эффектов от формирования и развития агломераций, в этой связи первостепенной задачей в рамках стратегии развития РФ на долгосрочную перспективу должна стать разработка грамотной системы управления развитием городских агломераций.

Список литературы

1. Анимациа Е. Г., Власова Н. Ю. Градосведение: учеб. пособие. - Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2010. С. 305
2. Власова Н.Ю., Антипин И.А. Городские агломерации: история, современность, стратегические ориентиры // Известия УрГЭУ.-2010. - №3 (29).
3. Ижгузина Н. «Большой Екатеринбург» - каким ему быть? // Областная газета. – 2013. - №397-398 (7055-7056).
4. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 г. № 1662-р
5. Лаппо Г. Городские агломерации СССР-России: особенности динамики в XXв. // Российское Экспертное обозрение. – 2007. - №4 – 5 (22).
6. Лаппо Г.М. География городов: Учеб. пособие для геог.ф-тов вузов. – М.: Гуманит.изд.центр ВЛАДОС, 1997. С 90-92
7. Лола А. Принципы управления крупнейшим городом // Регионы: управление и развитие. - 1997. - №2
8. Нещадин А., Прилепин А. Городские агломерации как инструмент динамичного социально- экономического развития регионов России // Общество и экономика. – 2010. – № 12.
9. Павлов Ю.В. Модели управления городской агломерацией // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2011.- №4 (78).
10. Краснослободцев В. Если объединяться с Москвой, то как? // Официальный сайт газеты «Открытая линия». – Режим доступа: <http://www.openli.ru/arhiv/1791#.UvHx4zHIOM8>
11. Официальный сайт SCAG (Southern California Association of Governments) – режим доступа: <http://www.scag.ca.gov>
12. Официальный сайт Союза муниципалитетов Мраморно-морского региона – режим доступа: - <http://www.marmara.gov.tr>
13. Развитие городских агломераций: аналитический обзор. Выпуск 2 // Официальный сайт ОАО Российского института градостроительства и инвестиционного развития «Гипрогор». – Режим доступа: http://enter.giprogor.ru/files/Development_of_urban_agglomerations_Vol2.pdf
14. Российские и мировые тенденции и тренды в сфере развития городов, агломераций и регионов: аналитический этап разработки стратегии развития города Перми до 2030 года // Официальный сайт деловой газеты «Business class» (Бизнес класс). – Режим доступа: http://www.business-class.ru/files/Российские_и_мировые_тенденции_и_тренды_в_сфере_развития_гор.pdf

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЙ ЭЛЕМЕНТ НОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Кадцына Елена Сергеевна

Аспирант, Институт экономики, Уральского отделения, Российской академии наук, г. Екатеринбург

INFORMATION TECHNOLOGIES AS A FUNDAMENTAL ELEMENT OF THE NEW INFORMATION ECONOMY

Kadtsyna Elena, Graduate, Institute of economics, The Ural branch of Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg

АННОТАЦИЯ

В статье затрагиваются вопросы о роли информационных технологий в становлении информационной экономики и их значении для социально-экономического развития. Акцент делается на фундаментальности свойств и взаимосвязи информационных технологий с базовыми элементами «информационного общества». Определяются факторы развития, современные тенденции и экономические преимущества применения информационных технологий в условиях глобальной информатизации общества.

Ключевые слова: информационные технологии; информационная экономика; информация; знание.

ABSTRACT

The article raises the question of the role of information technology in the development of the information economy and their implications for social and economic development. Emphasis is placed on fundamental properties and relationships of

information technology with the basic elements of the «information society». The factors of development, current trends and economic benefits of the use of information technology in a global information society are defined.

Keywords: information technologies, information economy, information, knowledge

Стремительное развитие современных информационных технологий связано, прежде всего, со становлением глобального информационного общества. Формирование нового информационного уклада на рубеже веков ознаменовало появление экономики «знаний» и определило экспансию мирового информационно-экономического пространства, в котором приоритет отдан научно-техническому прогрессу.

Согласно современному информационно-коммуникационному этапу общественного развития, соответствующему «постиндустриальной» или «информационной» общественной формации, наряду с воспроизводственным потенциалом нации информационный потенциал приобретает равнозначную важность. От него зависит конкурентоспособность и устойчивость положения на мировом рынке. Страны, ведущие активную инновационную политику, как самые высокотехнологичные, задают общие тенденции развития, от них зависит ситуация на рынке и текущий спрос. И информационно-технологический сектор здесь может играть важную роль поставщика высоких технологий. Информационные технологии приобретают интеграционный, вездесущий характер, обеспечивая взаимосвязь всех элементов макроэкономической системы.

Информационные ресурсы на информационно-коммуникационном этапе развития перенимают стратегическую значимость у традиционных ресурсов. «Производство информационного продукта, а не продукта материального, будет движущей силой образования и развития общества» [5, с. 29], - писал Е. Масуда о грядущем информационном обществе. Информационные технологии в таком обществе должны стать основой и иметь «фундаментальную» функцию замены человеческого интеллекта. «Инновации в информационной технологии, - продолжает Е. Масуда, - это скрытая сила социальной трансформации, которая выражается в радикальном увеличении количества и качества информации, а также в возрастании объемов ее обмена» [5, с. 49]. Однако информационные технологии сегодня становятся не только инновационным продуктом, но и реальным средством достижения социально-экономических целей.

В информационной экономике производственно-хозяйственная деятельность основана на широком использовании информационных технологий с целью оптимизации и повышения эффективности не только в сфере информатизации, но и в традиционных отраслях экономики. Производство и оборот информации здесь становятся центральным звеном большинства экономических процессов. О. Н. Граничин и В. И. Кияев по этому поводу отмечают, что в информационной экономике хозяйственная деятельность нацелена на обеспечение «нового качества экономического роста», а также на создание «большого информационного богатства (информационных продуктов и услуг)» [2, с. 22-23].

Для понимания сути информационных технологий обратимся к понятию информация и фундаментальности ее значения. Мы определяем «информацию» как сущ-

ность, выраженную совокупностью сведений, результатом, связующим элементом. Начнем с того, что мы разграничиваем понятия знание и информация. «Информация» - это, прежде всего, категория, базисная, формообразующая доминанта, объективная сущность. Тогда как «знание» - это понятие, высший уровень информации, содержательная, смысловая доминанта, сущность сугубо субъективная. Согласно трактовке информации основоположника кибернетики Н. Винера, информация связана с упорядоченностью и организацией [1, см.: с. 44, 47]. Поэтому мы также отметим, что информация - это явление упорядоченности, структурированности, «оформленности». Из чего следует, что осмысленный порядок - это знание. В системе в процессе взаимодействия знание снова становится информацией, таким образом, образуя непрерывный кругооборот.

Информация и знание - базовые элементы любой информационной системы взаимодействия субъектов, основа любого информационного процесса. В рамках экономической деятельности связующим звеном в информационной системе выступают информационные технологии.

«Информационную технологию» мы можем определить как науку, научную дисциплину, предметом которой является информация, а продуктом, практическим результатом - знание, участвующее в организации информационного процесса с помощью технических средств. Информационные технологии как любая наука имеют свой предмет изучения - информацию, а также связанные с нею процессы в рамках определенных законов и закономерностей. Собственно, «технология» происходит от греческого «*techne*», что значит «искусство», и «*logos*» - «слово». Соответственно, можно говорить о том, что технология - это учение искусству, мастерству. А информационная технология - это учение какому-либо искусству, мастерству с помощью информации, преобразованной в знание. В экономическом понимании это искусство ведения производственно-хозяйственной деятельности. Информационные технологии обучают мастерству управления экономическими процессами, организации производственных процессов в рамках определенных закономерностей. Именно с помощью информации, преобразованной в знание, становится возможным реализовать информационные технологии и все цели, достигаемые с помощью них.

Сегодня мы все чаще говорим об экономике «знаний», предпосылки которой обозначились с конца XX века. Это эпоха становления новой информационной экономики - экономики инноваций, основанной на знаниях. Тех знаниях, с помощью которых информационные технологии помогают достигнуть экономических целей. Знаниях, с помощью которых рождаются инновации. Знаниях, с помощью которых накапливается научно-технический потенциал страны. Знания сегодня приобрели стратегическую значимость. Становление экономики «знаний» можно обозначить стратегической целью модернизации современной экономики России.

Как мы отмечали, «информационные технологии» – это совокупность научных дисциплин, областей деятельности, связанных с преобразованием информации в иную, качественно новую форму знания с целью последующего его потребления путем организации информационного процесса с помощью технических средств. В экономическом контексте конечной целью потребления этих знаний становится непосредственно управленческая и производственно-хозяйственная деятельность всех субъектов макроэкономической системы.

Новый экономический уклад подразумевает формирование широкого информационно-экономического пространства, приоритет в котором отдан именно информационным технологиям. Сегодня территория теряет значение «материально-технической базы», отмечает Ю. Г. Лаврикова, и «все больше приобретает значимость пространственной среды для развития человеческого капитала, инноваций и обеспечения саморазвития» [4, с. 157]. Информационные технологии организуют эту пространственную среду и формируют информационную инфраструктуру.

Исторически информационные технологии достаточно молоды. Глобализация экономики «знаний», интеграция производства и торговли, общедоступность информации, организация новых форм и способов работы с информацией – все эти факторы предопределили интенсивное развитие и глобальные масштабы информационных технологий.

Скорость развития, модернизация и совершенствование в пользу высоких технологий, а также широкий территориальный охват и объемы реализации информационных технологий позволяют говорить об успешных перспективах формирования новой информационной экономики, организации информационно-экономического пространства с полноценно развитой информационной инфраструктурой.

Современный сектор информационных технологий характеризуется большим количеством программно-аппаратных комплексов и платформ для эффективного управления и сопровождения производства, глобальными сетями для хранения и обмена информацией, технологиями интерактивного доступа к информационным ресурсам, разнообразными локальными и расширенными интегрированными информационными системами на основе мощных серверов и локально-вычислительных сетей, усовершенствованными в плане персонализации и адаптации к меняющимся потребностям, а также узкоспециализированными и «интеллектуальными» управленческими системами. Ученые выделяют четыре базовых элемента [3, см.: с. 15], предопределяющих тенденции развития современных информационных технологий: социальные сети, мобильные устройства, облачные технологии и управление информацией. Особо популярными и экономически значимыми сегодня стали «облачные» и мобильные технологии, активно использующиеся в различных сферах и в различных масштабах деятельности, от индивидуальных домохозяйств до крупных корпораций.

Спектр преимуществ от применения информационных технологий значителен. Начнем с того, что глобализация процесса информатизации позволяет организовывать и развивать межнациональное информационно-экономическое пространство. Конвергентность информационных

технологий обуславливает сопоставимость и рыночную равнозначность информационного продукта наряду с традиционными, что позволяет расширять сферы коммерческой деятельности и насыщать рынки новыми видами конкурентоспособных товаров. Информационные технологии имеют тенденцию к постоянному развитию и усложнению, что может привести к увеличению наукоемких товаров и услуг в доле рынка, а также увеличению их конкурентоспособности в удовлетворении запросов потребителей. Информационные технологии все больше играют роль прямого поставщика информационных продуктов и услуг конечному потребителю, что приводит к ликвидации промежуточных звеньев в коммерческих процессах. И наконец, информационные технологии обеспечивают интеграцию и оперативное взаимодействие между различными областями хозяйственной деятельности. Итак, информационные технологии сегодня способствуют экономическому развитию, помогая адекватно реагировать на динамику рынка, создавать конкурентное преимущество.

Информационные технологии для любой нации могут стать конкурентным преимуществом в отличие от традиционных ресурсов, которыми располагают лишь немногие страны. Информационный ресурс глобален. Информационная экономика в отличие от индустриальной более открыта для мирового рынка, в связи с чем и менее защищена. Но при этом экономика «знаний» располагает наиважнейшим стратегическим ресурсом – научным знанием, которое является двигателем глобального научно-технического прогресса.

Влияние информационных технологий на общество в целом огромно. На сегодняшний день информационные технологии являются единственным реальным поставщиком знаний и информации для организации процессов производственно-хозяйственной деятельности и взаимодействия общественных структур – государства, предпринимательства и общественности. При грамотном использовании информационных ресурсов, поставляемых информационными технологиями, появляются возможности для укрепления материально-технической базы, стимулирования социально-экономического и инновационного развития, а, следовательно, и повышения конкурентоспособности и воспроизводственного потенциала национальной экономики и наделяния ее качественно новыми формами организации хозяйственной деятельности.

Литература

1. Винер Н. Кибернетика и общество. / Пер. Е. Г. Панфилова, - М.: Изд-во иностр. лит., 1958.
2. Граничин О.Н., Киев В.И. Информационные технологии в управлении. Учебное пособие, 2-е издание. — СПб.: ВВМ, 2012.
3. Крукиер Л. А., Муратова Г. В., Салтыкова Н. Н. Современные тенденции развития информационных технологий // Современные информационные технологии: тенденции и перспективы развития. Материалы научной конференции / Под ред. Крукиера Л. А., Муратовой Г. В. – Ростов-на-Дону, 2014. См.: С. 15.
4. Лаврикова Ю.Г. Концептуальные основы пространственного развития регионов // Журнал экономической теории. - 2008. - № 4. С. 157.
5. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society. – Washington, 1983.

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДЕНЕЖНОГО РЫНКА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Янкина Ирина Александровна,

доктор экономических наук, профессор, Сибирский Федеральный Университет, г. Красноярск

Калинникова Владлена Вадимовна,

магистр очной формы обучения, Сибирский Федеральный Университет, г. Красноярск

THE MAIN FEATURES OF THE MONEY MARKET IN RUSSIA

Kalinnikova Vladlena, master of full-time study, Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Yankina Irina, Doctor of Economics, Professor, Siberian Federal University, Krasnoyarsk

АННОТАЦИЯ

Предметом исследования в статье является денежно-кредитный рынок как часть финансового рынка современной России. Автором раскрываются основные характеристики денежного рынка России, выделяются его особенности и связанные с ними противоречия денежно-кредитной политики в сравнении с зарубежным опытом. Актуальность исследования обусловлена тесной связью денежного рынка с другими макроэкономическими показателями, по которым и оценивается текущее состояние экономики. По утверждению автора, масштабы взаимного влияния показателей необходимо оценивать и учитывать при разработке инструментов денежно-кредитной политики.

ABSTRACT

The main subject of research in the article is the monetary market as part of the financial market of modern Russia. The author reveals the main characteristics of the Russian money market, highlighted its features and associated contradictions of monetary policy in comparison with foreign experience. The actuality of the research due to the money market is closely linked to other macroeconomic indicators that estimate the current state of the economy. According to the author's opinion, the mutual impact indicators need to be assessed and considered in the development of monetary policy instruments.

Ключевые слова: денежный рынок; денежная масса; денежно-кредитная политика; Центральный банк.

Keywords: money market; money supply; monetary policy; the Central bank.

The particular relevance of the research of the money market characteristics in Russia is due to its active integration with other monetary markets. Moreover, the magnitude of the reverse effect should be assessed and addressed in state monetary policy for the aim of the entrepreneurship development in Russia. Furthermore, according to the Bank of the international settlements information, which monitors activity in these markets worldwide, average daily volume of transactions which are more than 1.4 trillion dollars, is comparable to the money supply in the Russian Federation, which serves the commodity turnover of the enterprises [2].

The monetary policy of the Bank of Russia is strongly debated and discussed in scientific circles [1]. As known, the money supply to entrepreneurs in any country is provided by a national Central Bank, the banking system. Money supply as a macroeconomic indicator which is closely linked to other important indicators of the state economy (inflation, gross national product, interest rates and others) [3].

After analyzing the structure and the tools used by the Central banks of different countries, not to mention that they are all based on social, political, and cultural characteristics of countries. So, the monetary system of China is diverse and complex [2]. In different territorial formations of modern China officially issued three types of currency: Chinese yuan, Hong Kong dollar and Pataca. In addition, in the Republic of China (Taiwan) the new Taiwan dollar is issued. In each territory its own Central Bank operates. Historically, this diversity of institutions is due to political processes in the country. One of the major differences between Chinese money market is the fact that the budget of the People's Bank of China is not independent, but it is a part of the Central budget of the country. The Bank is accountable to the state Council of the PRC. It is obliged to transfer to earned profit to the Central budget, except for the parts that can be sent to the General reserve, and its size is determined by the state Council of the PRC [4].

In accordance with the Bank of England act of 1946 and amendments of 1998, this oldest European Central Bank is required to pay some dividends to The GB Treasury: we mean half of the profits remaining after taxation, and also the Bank of Russia in 2010 increased the percentage of the same payments to 75 %. But the level of such transfers in comparison with GDP, in the Bank of England is 20 times more (0.17% of GDP) than in the Bank of Russia.

For the money market of any country the key rate is the rate which is set by the Central Bank in order to influence the level of interest rates for entrepreneurs in the country. Changing the key rate, as a rule, is the main instrument of monetary policy. For different countries it is the particular national instrument and it varies from 0,25 to 2,5%. The Bank of England interest rate depends on the reserves of commercial banks' balances with the Bank of England; as for the Bank of Japan, until April 2013 the interest rate depended on the interbank market day loans. From April 2013, the Bank Japan does not set the interest rate, and sets the target level of the monetary base. The European Central Bank (ECB) set the key rate as the minimum bid at auctions REPO with the ECB; the Federal reserve system (the U.S. Federal reserve) it is the target level of interest rates in the interbank market for the placement of funds held by banks balances with the U.S. Federal reserve; the Bank of Canada set it as the target rate on the interbank market; Reserve Bank of Australia's – as the target level of interest rates on the interbank credit market [5].

The first important feature of the modern money market in Russia is the extremely high level of the key rate, the influence of the processes of financial globalization on it and as a consequence, the domestic interest rate for the entrepreneurs loans is determined by all these factors, including the inherent foreign investors risk premiums. The crisis of the national currency 2014 was triggered by the need of large

Russian corporations to make annual payments on international loans. This caused an increased demand for foreign currency (EUR and USD), which has naturally led to an increase in their cost. Thus, the inclusion of the Russian economy in the structure of the global financial market in the world besides the obvious positive effects is a real danger, which the Bank of Russia can not take into account when planning and implementing monetary policy.

The second feature of the Russian money market is the high proportion of cash monetary funds in the total structure

of the money supply. As a rule, in the world practice the progressive decrease of the proportion of cash take place. By the share of cash Russia is far ahead of most countries with a developed economy, which is confirmed by the data of table 1.

Despite the introduction of the innovations (in particular, the development of the system of payment terminals, the emergence of electronic money etc), in Russia since the mid-1990s the strong growth of the aggregate M0 (cash) was observed (Fig. 1).

Table 1

The monetary aggregates, the money supply of foreign countries (01.10.2014)

	Unit	M0	M1	M2	M3	Money supply	The share of M0
UK	GBP Billion	70,3	1354	1489	2357,9	5271,2	1,3%
Canada	CAD Billion	72,9	750,5	1293,3	1883,4	4000,1	1,8%
Japan	JPY Billion	85405,8	603607,4	893856,6	1207703,2	2790573	3,1%
China	CNY Billion	6030	34810	122840		163680	3,7%
Australia	AUD Billion	87,85	310,8		1722	2120,65	4,1%
Switzerland	CHF Billion	384,9	568,3	896,6	951	2800,8	13,7%
Russia	RUB Billion	6920	14,8	30625,6		37560,4	18,4%
USA	USD Billion	3934,5	2906,5	11625,4		18466,4	21,3%



Figure 1. The dynamics of the monetary aggregate M0 in Russia (1995-2014,).

Source - <http://www.tradingeconomics.com/russia/money-supply-m0>

In the beginning of December 2014, trying to ensure stable-stability of the national currency efficiently, the Bank of Russia took a number of currency invasions. These actions could have a faster and more predictable result, if the national money market in Russia was formed according to the dominant national sources rather than foreign liabilities (external debt - 720 billion USD).

Finally, the main tools and techniques of monetary policy of the Bank of Russia in 2000s, include the interest rates of the Central Bank operations and the currency invasions in the foreign exchange market in the framework of the dual currency basket, both of which stimulate speculative, but not creative mood [1]. As the predicted target settings the level of inflation and the value of the aggregate money supply (M2) were chosen. After changing the key rate to 17% (and than to 15%), the Bank of Russia stated of the liquidity crisis on the Russian market and began to develop a new list of measures to overcome it. Scientists emphasize the necessity of the urgent adjustment decisions about the key rate, the regulations of the money market, which are so important for the development of entrepreneurship in the country.

References

1. Gospodarchuk G.G. The development of regions on the basis of financial integration: a scientific edition / Gospodarchuk G.G. - Moscow: Finance and statistics, 2006. - 287 p.
2. Ishkhanov A.V. Analysis of the global banking system in the conditions of global financial imbalances // Digest-Finance. 2013. No. 4 (220). P. 12-18
3. Korotayeva N. V., Borisova T. V. The main trends in the banking system of Russia in modern conditions // Social-economic phenomena and processes. - 2014. - №3 (061). - P. 51-56.
4. Smirnova O.V. The Institutions of monetary circulation and China and their financial and economic information // Finance and credit.- 2013. - № 20 (548).- P. 73-80.
5. Smirnova O. V. On the financial results of the activities of the European system of Central banks // Finance and credit. - 2013.- № 21 (549). - P. 29-35.
6. Smirnova O. V. Formation and use of profits of the Bank of England (1998-2012) // Finance and credit. - 2013. - № 17 (545). - P. 60-66.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ТУРОПЕРАТОРОВ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ В НОРМАТИВНО-ПРАВОВОМ ПОЛЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Карташевская Инесса Филипповна

кандидат геогр. наук, доцент, Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского,
г. Симферополь

FEATURES OF THE REPUBLIC Crimea tour operators in the regulatory FIELD OF THE RUSSIAN FEDERATION

Kartashevskii Inessa, candidate geogr. Sciences, Associate Professor, Crimean federal, universiteta them. VI Vernadsky, Simferopol

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены особенности работы туроператоров Республики Крым в переходный период, предложено изменение стратегического курса их деятельности.

Ключевые слова: туроператор, туризм.

ABSTRACT

The features of tour operators of the Republic of Crimea in the transition period, propose changes of the strategic course of their activities.

Keywords: tour operator Tourism.

Организационно-экономический механизм операторской деятельности в Республике Крым имеет ряд особенностей и противоречий, которые необходимо учитывать в переходный период адаптации к нормативно – правовому полю Российской Федерации.

Анализ статистических показателей соотношения туристов выездного и въездного туризма показывают, что на территории Республики Крым преобладают инициативные туроператоры. Например, в 2013 году туроператорами и турагентами было обслужено 176 758 туристов, в том числе количество иностранных туристов, въезжающих на территорию Республики Крым составило 62 307. Из них с целью отдыха и развлечения 40 825. лечения – 19613 человек. За рубеж было отправлено 12 300 крымчан (11205 с целью отдыха, развлечения, 231 – лечения). Численность внутренних туристов – 102150 (65764 – развлечения, отдых, 33919 – лечение) [1].

На работу крымских туроператоров, занятых обслуживанием внутренних туристов и иностранных гостей, оказали влияние несколько факторов. Прежде всего то, что крымские туроператоры работали в жестком правовом поле Закона Украины «О туризме», их деятельность подлежала лицензированию. Согласно последней редакции этого закона фирмы-туроператоры не имели права заниматься иными видами предпринимательской деятельности, кроме туроператорской. В условиях сезонности

региона данное ограничение создавало экономические проблемы. Высококвалифицированный персонал работал с полной нагрузкой максимум только 3 – 4 месяца в году, так как крымские курорты функционируют, как правило, только летом. В зимнее время организация новогодних туров и обслуживание школьников в период каникул не перекрывали хозяйственные затраты.

Еще одна особенность работы крымских туроператоров заключалась в том, что вместо активной разработки туристского продукта они оптом выкупали так называемые «цепочки» санаторных путевок и занимались их реализацией. Таким образом, выполняли не операторскую работу, а агентскую.

Большая часть предприятий, которые относились к категории инициативных туроператоров, т.е. занимались выездным туризмом, тоже не были туроператорами в прямом понимании. Их работники продавали зарубежные туры через туроператоров, расположенных в Киеве, Львове, Одессе. Интерес к операторам, расположенным в этих городах, связан был с наличием там консульств, которые помогали открывать визы, необходимые для путешествия.

Анализ количественных и качественных составляющих работы туроператоров и турагентов за 2012-2013 г.г. показывает резкое снижение всех показателей (см. таблица 1).

Таблица 1

Общая характеристика субъектов туристской деятельности за 2012–2013 годы [1]

	Всего		Туроператоры		Турагенты		Субъекты, осуществляющие экскурсионную деятельность	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Число субъектов туристской деятельности, единиц	540	529	94	91	192	188	254	250
Среднесписочная численность штатных работников, человек	1732	1447	640	607	441	304	651	536
Доход от предоставления туристских услуг (без НДС, акцизного сбора и аналогичных обязательных платежей), тыс.грн.	5717378	584023	443810,6	483740,4	82997	53932	44930	46351
в том числе от экскурсионной деятельности	18682	51633	33839	45630	31,8	719,2	15268	46351

Если в 2010 году в республике функционировало 392 предприятия (туроператоры, турагенты), которые обслужили 284 367 туристов, то в 2013 году общее количество туристских предприятий сократилось до 279, а количество обслуженных туристов до 176 758. Цифры

наглядно подтверждают резкое сокращение объема предоставляемых туристских услуг [2].

Кроме этого необходимо отметить, что доля рынка туроператоров и турагентов невелика по сравнению с сектором рынка коллективных и специализированных средств размещения.

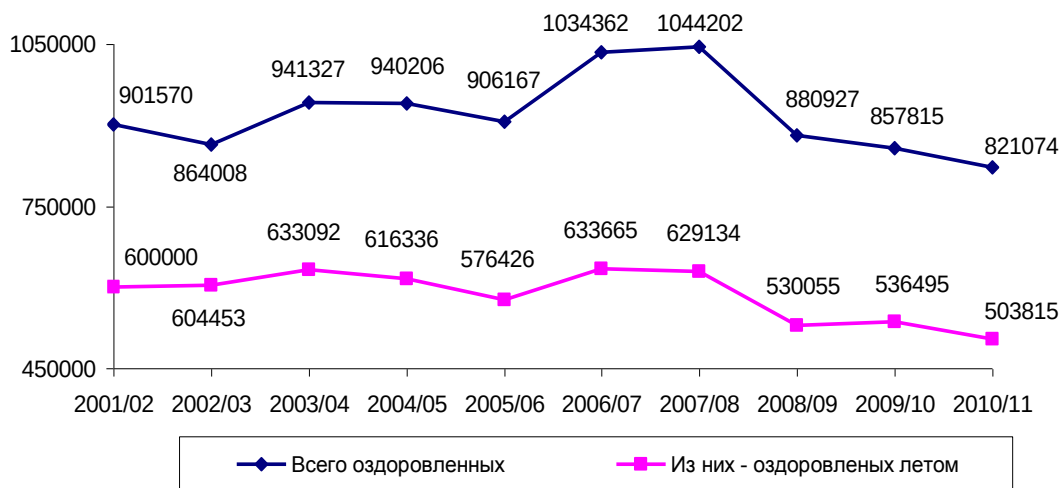


Рис 1. Количество лиц, оздоровленных в санаторно-курортных и оздоровительных учреждениях АР Крым в 2001- 2011гг. (человек)

В 2013 году коллективные и специализированные средства размещения (1698 субъектов) обслужили 2 193 430 человек.

Согласно требованиям в Российской Федерации размер финансового обеспечения определяется в договоре (договорах) страхования ответственности туроператора и (или) в банковской гарантии (банковских гарантиях) и не может быть меньше: 500 тысяч рублей - для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма или въездного туризма; трех процентов (на 2015 год), а с 2016 года - пяти процентов общей годовой цены туристского продукта в сфере выездного туризма за год, предшествующий отчетному, но не менее 50 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма.

Кроме того, чтобы стать членом объединения туроператоров в сфере выездного туризма необходимо внести вступительный взнос в размере 100 тыс. рублей. На текущую деятельность данного объединения отчислять ежегодно 0,05 % объема общей годовой цены туристского продукта в сфере выездного туризма.

Следующая статья – формирование фонда персональной ответственности, которая определяется туроператором в сфере выездного туризма на начало очередного календарного года по следующей формуле:

$$\Phi = K \times P \times AV \text{ прогноз МИН'}$$

где:

Φ - совокупный размер фонда персональной ответственности на следующий календарный год;

K прогноз- прогнозный показатель количества туристов в сфере выездного туризма на следующий календарный год;

мин - минимальный размер фонда персональной ответственности из расчета 100 рублей на одного туриста.

Вхождение предпринимателей крымского туристского бизнеса в нормативно-правовое поле Российской Федерации связано будет с ограниченными финансовыми возможностями предприятий. Согласно статистическим показателям (см. таблица 1.) в 2012 году доход, полученный туроператорами составил 443 810 тысяч гривен, турагентами 82 997 тыс. гривен. В 2013 году соответственно 483 740,4 тыс. гривен и 53932 тыс. гривен. Если перевести показатели по коэффициенту 3,3 в рубли, все операторы Крыма в 2013 году получили доход, равный 1 596 343 тыс. рублей.

Выводы.

1. Из вышеприведенных цифр можно предположить, что следует ожидать в ближайшее время ухода с туристского рынка мелких предпринимателей в сфере туроператорской, турагентской деятельности. Бывшие крупные крымские туроператоры скорее всего станут турагентами российских туроператоров.
2. Безусловно, необходимо отметить в целом ряд положительных моментов в организации российского туризма, к которым относится ликвидация лицензирования в сфере туризма, делигирование полномочий в сфере организации туризма общественным организациям.
3. Более 600 туроператоров Российской Федерации имеют право заниматься выездным туризмом. Для повышения качества обслуживания введено такое понятие как «деловая репутация» и предусмотрены жесткие меры вплоть до запрета заниматься туроператорской деятельностью за ее нарушение. Однако, нигде не затронут вопрос о профессиональной подготовке в области международного туризма руководящего состава туроператоров, а используются только финансовые рычаги. Такой

высокий финансовый барьер ведет к формированию олигополистического рынка.

4. С экономической точки зрения для государства выгоден въездной, внутренний туризм. Но главное – эти виды туризма – мощная форма патриотического воспитания, возможность познакомить иностранных туристов с экономическими, социальными достижениями страны. В связи с этим предлагается на территории Республики Крым разработать стратегическую программу приоритетного развития внутреннего и въездного туризма.

Литература

1. Туристская деятельность в Республике Крым в 2013 году: [статистический сборник / под. ред. Н. А. Полонской]. – Симферополь: Служба статистики Республики Крым (Крымстат) 2014. – 190 с.
2. Карташевская И.Ф. Формирование эффективной системы управления в туризме на основе кластерного моделирования: монография / И.Ф. Карташевская. – Симферополь: ДИАПИ, 2012. – 444 с.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ РЕГИОНА КАК ВЕКТОР РАЗВИТИЯ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ

Филичкина Юлия Юрьевна

кандидат эконом. наук, доцент, Мордовский Государственный Университет имени Н. П. Огарева, г. Саранск

Качанова Юлия Александровна

Студентка, Мордовский Государственный Университет имени Н. П. Огарева, г. Саранск

SOCIO-ECONOMIC SITUATION OF THE REGION AS A VECTOR OF BUDGET SYSTEM

Filichkina Yulia Y., Candidate of Economy. Sciences, associate professor Mordovskiy Gosudarstvennyy Universitet name N.P.Ogareva, Saransk

Kachanova Julia A., student, Mordovskiy Gosudarstvennyy Universitet name N.P.Ogareva, Saransk

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию влияния социально-экономического положения региона на эффективность работы его бюджетной системы. Выявлены факторы, оказывающие благоприятное и неблагоприятное воздействие на социально-экономическое положение региона.

ABSTRACT

The article investigates the impact of socio-economic situation in the region on the efficiency of its budget system. The factors that have a beneficial and adverse effects on the socio-economic situation in the region.

Ключевые слова: регион; социально-экономическое положение; валовый региональный продукт.

Key words: region; socio-economic situation; the gross regional product.

Проблема устойчивого развития региона в сторону его социально-экономической устойчивости при модернизации межбюджетных отношений в многосубъектной и территориально неоднородной стране является актуальной на протяжении многих десятков лет [4, с.132]. Главная цель социально-экономического развития региона определяется в устойчивости экономического роста на долгосрочную перспективу. Уровень развития оказывает влияние на состояние межбюджетных отношений региона и бюджетную систему в целом.

В составе РФ находится большое количество регионов с сильно различающимся ресурсным потенциалом и уровнем социально-экономического развития. Высокая чувствительность регионального бюджета к изменениям социально-экономических показателей характерна для субъектов Федерации с многоструктурной экономикой [5, с.16]. К их числу относится и Республика Мордовия, что приводит к зависимости доходной базы территориально бюджета, а, следовательно, и социальных гарантий населения, от колебаний внешнеэкономической конъюнктуры.

Общая динамика социально-экономического развития Республики Мордовия на сегодняшний день характеризуется позитивными тенденциями в промышленном

секторе экономики, сельском хозяйстве, на потребительском рынке, высоким уровнем объемов строительных работ, отражающим стабильную инвестиционную активность в экономике.

По некоторым социально-экономическим показателям РМ занимает высокие места в группе Приволжского федерального округа, в частности: по производству в расчете на 1 жителя мяса, молока и яиц (по производству молока и яиц – 1 место, мяса – 2 место), в расчете на 1 жителя произведено: 263,4 кг скота и птицы на убой (в живом весе), к примеру, в Пензенской области – 171,5 кг, Республике Татарстан – 121,1 кг, Удмуртской Республике – 112,8 кг, Саратовской области – 79,2 кг. По объему инвестиций в расчете на 1 жителя (68 204,2 рубля) Мордовия заняла 8 место в ПФО и 42 – по России; по темпу роста строительных работ 10 место в ПФО и 45 – в РФ; по объему вводимого жилья в расчете на 1 тыс. жителей (393,9 кв. м.) – 14 место в ПФО и 63 – в РФ [6].

Основным показателем, отражающим общеэкономическое развитие территории, является валовой региональный продукт, характеризующий сумму валовой добавленной стоимости, произведенной всеми единицами-резидентами региональной экономики, плюс величину чистых налогов на продукты.

Таблица 1

Место Республики Мордовия в экономике РФ и ПФО в 2014 году

Показатели	ПФО	Республика Мордовия	В % к 2013 г.	Место РМ в ПФО	Место РМ в РФ
Площадь территории (км2)	1 0356 975	26 128	-		68
Численность населения (чел.)	29 715 450	809 465	-		
Инвестиции в основной капитал (млрд.руб.)	2 356,0	55,3	100,2	7	40
Ввод в эксплуатацию жилых домов (тыс.кв.м.)	16 837,8	319,4	104,8	14	63
Стоимость минимального набора продуктов питания (руб.)	3 008,6	2 870	115,3	3	9
Объем оборота розничной торговли (млн.руб.)	4 843 460,6	73 085,0	107,4	14	78
Величина прожиточного минимума за VI квартал 2014г. (руб.)	8 086	6 998		6	16
Численность официально зарегистрированных безработных (тыс.чел.)	146,9	4,2	101,1	5	17
Объем продукции сельского хозяйства (млрд.руб.)	136,2	45,5	107,4	4	24
Объем производства в расчёте на 1 жителя мяса и молока (кг)	12 288,2	622,4	90,5	1	4
Среднемесячная начисленная заработная плата (руб.)	28 210	20 150,3	102,9	14	78

Таблица 2

Индексы физического объёма валового регионального продукта по ПФО, в постоянных ценах (в % к предыдущему году) (2010-2013гг.)

Субъект ПФО	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.
Пензенская область	101,8	107,9	106,7	104,6
Саратовская область	102,1	108,0	105,9	104,3
Самарская область	108,5	105,9	105,0	104,2
Удмуртская Республика	104,7	104,8	103,3	102,7
Республика Башкортостан	105,2	108,2	104,4	102,6
Республика Мордовия	104,8	109,4	102,1	102,5
Республика Татарстан	104,3	105,7	105,5	102,4
Оренбургская область	104,5	105,1	102,5	102,2
Ульяновская область	105,1	107,9	102,5	102,0
Нижегородская область	107,5	106,9	103,8	102,0
Республика Марий Эл	105,6	106,0	109,8	101,9
Пермский край	107,4	108,3	100,6	100,8
Кировская область	104,6	104,8	101,8	100,6
Чувашская Республика	103,3	106,7	106,2	98,1

На протяжении 2010-2013г. Республика Мордовия вносила порядка 10% в ВРП Приволжского федерального

округа. Однако к 2013г. наблюдаем снижение данного показателя по отношению к 2010г. на 2,3%. По состоянию на 2013г. РМ занимала 6 место из 14.

Таблица 3

Валовый региональный продукт на душу населения регионов ПФО (2010-2013гг.), руб.

Субъект ПФО	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.
Республика Татарстан	264 562	344 093	376 907	403 942
Оренбургская область	224 937	272 897	311 189	352 589
Пермский край	235 931	319 150	326 783	339 015
Самарская область	216 168	259 481	291 702	323 984
Республика Башкортостан	186 522	231 314	282 918	311 656
Нижегородская область	196 793	233 405	255 723	281 835
Удмуртская Республика	180 317	221 153	245 593	266 799
Саратовская область	148 839	171 450	190 850	211 477
Ульяновская область	137 518	173 890	188 186	204 828
Пензенская область	124 021	154 608	174 824	198 148
Республика Мордовия	125 976	144 636	163 399	183 148
Чувашская Республика	125 843	151 178	174 926	180 757
Республика Марий Эл	118 110	140 244	169 515	180 416
Кировская область	128 074	146 452	157 541	170 894

Оценка ВРП на душу населения в РМ показала, что в 2010-2013гг. произошло увеличение на 45,3% или на 57 172руб., но, не смотря на то, что произошло увеличение, РМ по-прежнему остается в числе регионов ПФО на самых низких позициях. Самый высокий уровень был зафиксирован в Республике Татарстан – 403 942 руб., что превышает на 220 794руб. или на 220% данный показатель в РМ. В тройке лидеров оказались Оренбургская область – 352 589руб., Самарская область – 323 984руб. Достаточно широкий разброс в одном округе характеризует большую разницу в уровне промышленного развития регионов ПФО. Производственный сектор сложился таким образом, что Оренбургская область характеризуется наличием крупных запасов газового сырья, что привело к созданию

в регионе крупнейшего газоперерабатывающего комплекса, Самара – один из крупнейших центров в области машиностроения и металлообработки, а также авиационной и космической промышленности; в структуре хозяйства Республики Татарстан преобладает промышленность, в которой выделяется нефтегазохимический комплекс, отрасль машиностроения, представленная автомобилестроением, вертолетостроением, судостроением. Республика Мордовия характеризуется отсутствием собственных крупных сырьевых ресурсов.

Объем ВРП за 2010-2014 гг. Республики Мордовия характеризуется изменением показателя в сторону увеличения. К 2014 г. ВРП увеличился на 56 840,1 млн.руб. (или на 153%).

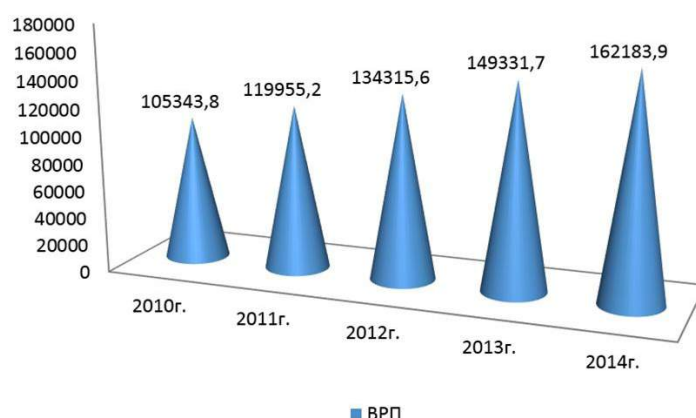


Рисунок 1 – Объем ВРП (2010-2014гг.)

Объем валового регионального продукта в 2014 году составил более 162 183,9 млн.руб. с темпом роста к предыдущему году 108,6%, в 2010, 2011 и 2012 годах рост ВРП составлял соответственно 153%, 135,2 и 120,7 %.

Основным локомотивом экономического роста Республики Мордовия является промышленность. Ее доля в структуре ВРП за 2010-2014гг. была выше остальных составляющих (порядка 27% на протяжении 2010-2014гг.).

Таблица 4

Индекс промышленного производства РМ (в % к предыдущему году) (2010-2014гг.)

Показатель	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.
Индекс промышленного производства	107,2	103,2	112,7	99,4	110,2
Добыча полезных ископаемых	189,0	108,6	48,4	82,6	141,8
Обрабатывающие производства	107,5	101,5	115,1	99,6	110,9
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	102,1	119,8	95,5	97,9	103,6

Индекс промышленного производства к 2014г. увеличился на 3% по сравнению с 2010г. и составил 110,2%. Наибольший рост наблюдался в химическом производстве - в 3,5 раза, металлургическом производстве и производстве готовых металлических изделий - на 73,9 %, производстве транспортных средств и оборудования - на 67,7%. Наибольший удельный вес принадлежит индексу производства по виду «Добыча полезных ископаемых» - 141,8%. Однако данный показатель характеризуется снижением доли к 2014г. на 47,2%. Индексы производства по виду «Обрабатывающие производства», «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды» также увеличились по сравнению с 2010г. и составили в 2014г. – 110,9% (увеличение на 3,4%) и 103,6% (увеличение на 1,5%) соответственно.

В январе-ноябре 2014г. в десяти субъектах ПФО сложилась положительная динамика промышленного производства, в четырех субъектах – характеризовалась

снижением. Наибольшее значение индекса промышленного производства отмечалось в Республике Мордовия (99,4% к 2013 г.), наименьшее – в Ульяновской области (88,1%).

Анализируя ВРП Республики Мордовия за 2010-2014гг., можно сделать вывод, что республика относится к регионам с индустриально-аграрным типом экономической специализации. Пищевая и перерабатывающая промышленность занимает одно из ведущих мест в агропромышленном комплексе региона по созданию валового регионального продукта, величине налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, численности занятых в ней работников. В последние годы РМ развивается высокими темпами и входит в число ведущих отраслей экономики.

На дальнейшее социально-экономическое развитие региона могут оказывать влияние, как негативные факторы, так и благоприятные [2].



Рисунок 2 – Факторы, оказывающие благоприятное воздействие на социально-экономическое положение РМ

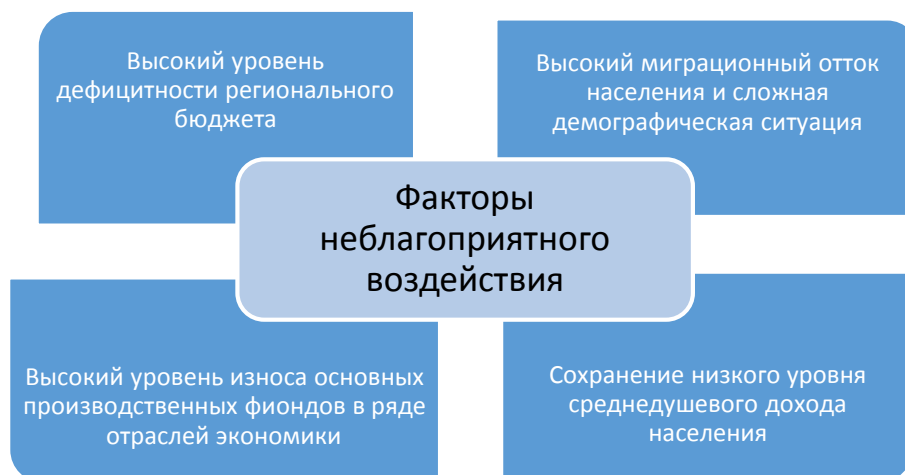


Рисунок 3 - Факторы, оказывающие неблагоприятное воздействие на социально-экономическое положение РМ

Стратегия экономического развития Мордовии, главным образом, направлена на повышение конкурентоспособности и кластерное развитие производств. В целом, за 2010 – 2014 годы наблюдался рост основных социально-экономических показателей. Существенное влияние на социально-экономическое развитие региона в 2015 – 2020 гг. будут оказывать такие факторы как, рост внутреннего рынка страны, изменение структуры базовых секторов экономики региона под воздействием экономической модернизации и глобальной конкуренции.

В целях сохранения лидирующих позиций по социально-экономическому положению региона, Правительством РМ был принят Закон Республики Мордовия от 01.10.2008г. №94-З « Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Мордовия до 2025 года». В результате реализации данной стратегии планируется достичь роста социально-экономических показателей [1].

Экономическое развитие Республики Мордовия в период 2010-2014гг. характеризуется положительной динамикой основных макроэкономических показателей [3]. К 2014г. (по сравнению с 2010г.) наблюдается увеличение валового регионального продукта – в 2 раза, промышленного производства – в 3,3 раза, инвестиций в основной капитал – в 4,1 раза, валовой продукции сельского хозяйства – в 1,4 раза, объема работ по виду деятельности «Строительство» - в 3 раза, оборота розничной торговли – в 2,5 раза, внешнеторгового оборота – в 8 раз, в т.ч. экспорта – в 10 раз, импорта – в 6,6 раза. Положительная динамика данных показателей наилучшим образом влияет на рост бюджетного потенциала территории, а также на экономический уровень региона. Важнейшим условием динамичного социально-экономического развития региона являются эффективность и сбалансированность финансовой системы, от которых зависят конкурентоспособность экономики и инвестиционная привлекательность [3].

Таблица 5

Ожидаемые результаты социально-экономического развития до 2025 года

	2015 год	2020 год	2025 год
Сценарий 1. Производственная периферия			
Численность населения (тыс.чел.)	769,2	714,0	654,3
ВРП (млн.руб.)	215 501,22	337 687,2	519 573,6
Инвестиции (млн.руб.)	75 775,35	108 274,7	146 236,8

Среднемесячная з/п (руб.)	24 311,03	34 097,47	47 823,47
Среднедушевые денежные доходы (руб.)	17 141,9	27 107,54	41 708,31
Сценарий 2. Локальное технологическое лидерство			
Численность населения (тыс.чел.)	815	803	792
ВРП (млн.руб.)	269 906,87	430 593,6	662 521,6
Инвестиции (млн.руб.)	98 640,4	150 378,1	212 884,2
Среднемесячная з/п (руб.)	34 301,26	48 109,29	67 475,77
Среднедушевые денежные доходы (руб.)	23 443,56	39 802,08	61 240,44

Литература

1. О Стратегии социально-экономического развития Республики Мордовия до 2025 года: Утверждена Законом Республики Мордовия от 1.10.2008 г. № 94-3 // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс»
2. Об утверждении Инвестиционной стратегии Республики Мордовия до 2020 года: Постановление Правительства РМ от 16 июня 2014 года № 275// Справочно-правовая система «Консультант-Плюс»
3. Основные направления деятельности Правительства Республики Мордовия на период до 2018 года: Распоряжение Правительства РМ 29.04.2013 № 233-Р
4. Козловский В. А. Обеспечение устойчивого социально-экономического развития региона / В. А. Козловский // Социально-экономические явления и процессы. – 2012. – № 12. – С. 131-137.
5. Печенская М. А. Анализ основных социально-экономических тенденций территорий как фактора развития бюджетной системы / М.А. Печенская / Управление и экономика в условиях модернизации: проблемы и пути их решения: материалы науч.-практ. конференции, г. Вологда, 12.12.2013 г. – Вологда: РАНХИГС, 2013. – С. 16-36.
6. Министерство экономики развития Республики Мордовия - <http://mineco.e-mordovia.ru/>

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СУВЕРЕННЫМИ ФОНДАМИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кипкеев Таулан Муратович

магистр «Финансово-экономического факультета», Финансовый университета при Правительстве
Российской Федерации, г. Москва

IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE MANAGEMENT OF SOVEREIGN FUNDS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Kipkeev Toulan Muratovic, master "Financial-economic faculty Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

АННОТАЦИЯ

Целью написания статьи является рассмотрение процесса управления и определение путей повышения эффективности данного управления средствами Резервного фонда и Фонда национального благосостояния (суверенных фондов).

Учитывая кризисные явления в мировой экономике связанные с ухудшением геополитических взаимоотношений между Россией и ведущими странами, вылившуюся в полномасштабную санкционную войну - рассмотрение представленной темы является актуальным.

ABSTRACT

The aim of the article is the consideration of the management process and identify ways of improving the efficiency of the management of Reserve Fund and national welfare Fund (sovereign wealth funds).

In line with this objective, the following tasks:

- to Consider the notion of sovereign wealth funds, their sources, functions;
- to Identify and describe the features of the functioning of sovereign wealth funds;
- to Consider the institutional structure of the management of sovereign funds, including the authority and responsibility of the data elements;
- to Analyze the management of the Reserve Fund and national welfare Fund in the Russian Federation.

Given the crisis in the world economy associated with the deterioration of the geopolitical relationship between Russia and the leading countries, which resulted in a full-scale sanctions war - the consideration of the topic is relevant.

Ключевые слова: Резервным фондом и Фондом национального благосостояния в Российской Федерации, суверенные фонды, ОАО «Российское финансовое агентство».

Keywords: the Reserve Fund and national welfare Fund in the Russian Federation, sovereign wealth funds, JSC "Russian financial Agency".

Создание ОАО «Российское финансовое агентство» как инструмента повышения эффективности управления средствами российских суверенных фондов

Создание такой специализированной финансовой организации, как ОАО «Российское финансовое агентство» сопряжено с целым рядом сложностей. Такого рода трудности возникают в том числе и в связи с тем, что подобного рода организация создаётся в нашей стране впервые и, поэтому, должно быть чёткое регламентирование всех сторон её деятельности.

Решение о создании указанной структуры было принято ещё до разразившегося в 2008 году финансового кризиса. Однако законопроект о создании Российского финансового агентства¹¹ был разработан не к осени 2011 года, как ожидалось, а лишь к сентябрю 2012, когда он был внесён в Государственную думу Российской Федерации. Указанный законопроект был принят Государственной думой при рассмотрении в первом чтении, однако требовал значительных поправок.

Целью создания Российского финансового агентства является управление средствами Резервного фонда, Фонда национального благосостояния, а также рыночной частью государственного долга России.

Реализация указанной цели предполагается через выполнение функций по:

- О Размещению и учёту государственных финансовых активов Российской Федерации, включая средства Резервного фонда и Фонда национального благосостояния;
- О Размещению, выкупу, обмену, обслуживанию, погашению и учёту государственных долговых обязательств Российской Федерации по государственным ценным бумагам, выпущенным от имени Российской Федерации.

Кроме указанных функций ОАО «Российское финансовое агентство» может выполнять функции по размещению и учёту средств пенсионных накоплений граждан Российской Федерации.

Предложения по повышению эффективности управления средствами Резервного фонда и Фонда национального благосостояния Российской Федерации

Говоря об эффективности от управления средствами российских суверенных фондов, следует отметить следующее. Эффективность от управления может быть рассмотрена со следующих позиций:

- 1 с точки зрения используемой инвестиционной стратегии;
- 2 с точки зрения доходности от такого управления;
- 3 с точки зрения ликвидности вложенных в разрешённые финансовые активы средств фондов (достижения целей).

По состоянию на 2014 год, доходность от управления средствами фондов оценивается как невысокая, что связано с малым количеством используемых на практике финансовых активов, в которые вкладываются средства фондов. Доход от управления средствами Резервного

фонда и Фонда национального благосостояния рассчитывается Министерством финансов Российской Федерации накопительным итогом с начала месяца. Так, за период с 15 января по 30 апреля 2014 года совокупная расчётная сумма дохода от размещения средств Резервного фонда на счетах в иностранной валюте в Центральном банке Российской Федерации составила 5,73 млрд. рублей. Курсовая разница от переоценки остатков средств за тот же период составила положительную величину 53,79 млрд. рублей¹².

Что же касается средств Фонда национального благосостояния, то совокупная расчётная сумма дохода от размещения средств за тот же самый период составила 4,43 млрд. рублей. Курсовая разница от переоценки остатков средств на указанных счетах в совокупности составила 42,87 млрд. рублей¹³.

Сопоставляя доход за указанный период с совокупным объёмом средств фондов, получаем следующие данные. Доходность от управления средствами Резервного фонда за период с 15 января по 30 апреля 2014 года составляет 2,24 % от совокупного объёма средств фонда. Доходность от управления средствами Фонда национального благосостояния за тот же анализируемый период составляет 1,7% от совокупного объёма средств фонда. Таким образом, данные показатели доходности оцениваются как невысокие.

Таким образом, в мире суверенные фонды ведут свою историю от 1953 года. С 1950-х годов и до сегодняшнего момента их значение возросло в связи со значительными объёмами инвестиций, которые исходят от них в настоящее время. Общее количество суверенных фондов в настоящее время насчитывает 67, что свидетельствует об их признании во многих странах мира.

Существуют различные терминологические определения суверенных фондов, а также их классификации. При попытке самостоятельного определения понятия суверенных фондов, приходим к тому, что суверенные фонды – это фонды, которые создаются государством из определённого круга источников и используются в целях сглаживания неблагоприятных ситуаций в экономике страны, для выполнения государством своих социальных обязательств, а также пополнения средств фонда путём эффективного управления его средствами.

Существует также целый ряд классификаций суверенных фондов. При этом наибольшее значение имеет классификация, которая подразделяет суверенные фонды на товарно-сырьевые и несырьевые. Среди функций, выполняемых суверенными фондами благосостояния можно выделить следующие: накопительная, распределительная, инвестиционная и социальная.

Регламентирование деятельности суверенных фондов может закрепляться законодательно. Кроме того, на межгосударственном уровне создана Международная рабочая группа, которая занимается вопросами, касающимися деятельности суверенных фондов благосостояния. Данной организацией были разработаны «Принципы

¹¹ Проект федерального закона №137443-6 «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и установлении требований к работникам специализированной финансовой организации, учреждаемой Правительством Российской Федерации»

¹² По данным официального сайта Министерства финансов Российской Федерации

¹³ По данным официального сайта Министерства финансов Российской Федерации

Сантьяго», которые служат регулятором деятельности суверенных фондов на межгосударственном уровне.

По организационно-правовой форме суверенные фонды могут быть созданы в качестве юридического лица или без образования такового.

Также актуальным является вопрос о транспарентности суверенных фондов. Транспарентность оценивается по 10 критериям, которые представлены в приложении 1. Соблюдение всех критериев демонстрирует наивысший уровень прозрачности деятельности того или иного суверенного фонда.

Институциональная структура управления суверенными фондами предполагает наличие собственника, стратегического управляющего и оперативного управляющего средствами фонда. Кроме того могут быть созданы консультативные структуры и наблюдательные советы, которые обладают своими полномочиями в ходе управления средствами фондов.

Выбор инвестиционной стратегии осуществляется стратегическим управляющим и состоит из ряда этапов. Сами инвестиционные стратегии могут быть сведены к видам: консервативная, основанная на прямых инвестициях, основанная на портфельных инвестициях.

Резервный фонд и Фонд национального благосостояния были образованы 30 января 2008 года путём разделения существовавшего ранее Стабилизационного фонда. Динамика совокупного объёма средств Резервного фонда имеет разнонаправленный характер, что связано с кризисными явлениями в экономике нашей страны.

Основной целью Резервного фонда является обеспечение сбалансированности федерального бюджета. Совокупный объём средств Резервного фонда, равно как и средств Фонда национального благосостояния, подлежит учёту на четырёх счетах (рублёвое, в долларах США, евро и фунт стерлингов), открытых Федеральному казначейству в Центральном банке Российской Федерации. Однако, существует небольшая особенность в учёте средств Фонда национального благосостояния, которая заключается в том, что 25% от общего объёма его средств расположены на депозитах во Внешэкономбанке, что связано с мерами по поддержке финансовой системы Российской Федерации. Данные меры связаны с предоставлением субординированных кредитов, поддержкой малого и среднего предпринимательства, а также с долгосрочным кредитованием ОАО «Агентство по ипотечному и жилищному кредитованию».

Доходами от управления средствами Резервного фонда и Фонда национального благосостояния являются проценты, которые начисляются на депозиты по учёту средств фондов.

Ежедневное изменение сумм средств фондов прослеживается путём расчёта так называемого индекса. Параметры его определяются раз в квартал, а изменения прослеживаются ежедневно как Министерством финансов, так и Центральным банком. Составление индекса происходит с использованием информации, которая находится в информационно-аналитической системе Блумберг «Bloomberg» с соблюдением законодательно установленных требований к финансовым активам.

Что же касается средств Фонда национального благосостояния, то они используются в настоящее время для

софинансирования добровольных пенсионных накоплений граждан путём удовлетворения заявок, поступающих из Пенсионного фонда Российской Федерации.

Если говорить о создании в нашей стране специализированной финансовой организации в форме ОАО «Российское финансовое агентство», то следует отметить, что данная мера сопряжена с рядом положительных и отрицательных моментов, которые необходимо рационально сбалансировать.

И, наконец, подводя итог и переходя к эффективности управления средствами российских суверенных фондов, хочется отметить следующее. Мерами, повышающими эффективность управления, могут служить:

1. использование всего перечня предусмотренного законодательством финансовых активов, в которые разрешено вкладывать средства суверенных фондов путём создания ОАО «Российское финансовое агентство»;
2. усиление подразделений Министерства финансов Российской Федерации, которые будут осуществлять управление средствами фондов;
3. создание в Министерстве финансов Российской Федерации независимого Консультативного совета, решения которого будут носить исключительно рекомендательный характер;
4. изменение состава валют и валютной структуры вложения средств;
5. повышение транспарентности деятельности Резервного фонда и Фонда национального благосостояния;
6. участие Министерства финансов Российской Федерации в международных инициативах в ходе деятельности по управлению средствами суверенных фондов.

Литература

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ.
3. «Основные направления бюджетной политики на 2013 год и плановый период 2014 и 2015 годов».
4. «Основные направления государственной долговой политики Российской Федерации на 2013-2015 гг.».
5. Федеральный закон от 30.12.2001 №194-ФЗ «О федеральном бюджете на 2002год».
6. Федеральный закон от 30.09.2010 №245-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и иные законодательные акты Российской Федерации».
7. Лебединская Е. Роль нефтегазовых фондов в России // Вопросы экономики. — 2012. -№3. — С. 98-119.
8. Цвирко С.Э. Анализ функционирования суверенных фондов в условиях финансового кризиса // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — 2010. - №15(39). — С. 27-33.
9. Данилина М.В. Суверенные фонды благосостояния - крупные институциональные инвесторы // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — 2011. - №16(109).- С. 58-74.
10. Дораев М.Г. Суверенные фонды как субъекты международного рынка капиталов (правовые аспекты)

- // Московский журнал международного права - 2012. №1 С. 229-240.
11. Кудрин А. Л. Стабилизационный фонд: зарубежный и российский опыт // Вопросы экономики- 2006. №2 С. 28-45.
12. Казакевич П.А. Организационные аспекты деятельности суверенных фондов благосостояния // Российский экономический Интернет-журнал [Электронный ресурс] – Электрон. журн. – М., 2009. - № гос. регистрации 0420800008.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА КРИТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ В БАНКАХ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОЕКТОВ

Кнорр Филипп Андреевич

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Магистрант

THE CRITICAL CHAIN METHOD EFFECTIVENESS IN THE IMPLEMENTATION OF SPECIFIC PUBLIC PROJECTS WITH BANKS

Knorr Filipp Andreevich, Financial University under the Government of the Russian Federation, Master's student

АННОТАЦИЯ

В статье ставится задача рассмотреть на практическом примере эффективность применение метода критической цепи в банках при реализации специализированных государственных проектов. Используя метод критической цепи Элияху Голдратта, основанный на теории ограничений, автор пошагово реализует идеи данного инструмента и показывает положительный эффект от его применения. Реализуемый в статье проект основан на реальных данных, материалах и схемах используемых в работе банков.

ABSTRACT

The article seeks, with a practical example, to examine the critical chain method effectiveness in the implementation of specific public projects with banks. By using Eliyahu M. Goldratt's method of critical chain that is based on the theory of constraints, the author step by step implementing the ideas of this method and showing the positive effects of its application. Implemented in the draft article it is based on real data, materials and patterns used in the banks.

Ключевые слова: метод критической цепи; управление проектами; эффективное управление; специализированные государственные проекты; банки; банковская деятельность; банковские проекты.

Key words: critical chain method; project management; effective management; specialized public projects; banks; banking; bank projects.

Данная статья посвящена проблеме управления проектами в коммерческих банках при реализации специализированных государственных программ. С помощью метода «Критической цепи». Этот метод является дальнейшей разработкой Теории ограничений введенной известным западным экономистом Элияху Голдраттом.

Не имеет большого значения, сколько времени требуется для выполнения каждой отдельно взятой задачи внутри проекта, хотя, несомненно, это важно, наиболее приоритетной видится задача завершить весь проект вовремя. Независимо от индустрии, всегда может появиться необходимость завершить несколько проектов с меньшими затратами и в более короткие сроки. Ускорение процесса разработки и стадии запуска нового продукта может расширить долю на рынке, увеличить продажи. Ускорение темпов строительных проектов поможет вводить новые заводы и магазины быстрее и быстрее получать доход от вложенных средств. В индустрии информационных технологий быстрое внедрение новых систем даст возможность расширения возможностей для обслуживания клиентов, управления запасами и т.д.

Цель работы: на практическом примере, с использованием исходных данных взятых из практического опыта, показать эффективность метода критической цепи для конкретного вида проектов.

Метод критической цепи будет применяться к проекту по строительству социального объекта при университете с привлечением банковского финансирования. Но,

чтобы наглядно показать применение этого метода, будет рассмотрен один из этапов периода подготовки участия в данном государственном проекте со стороны коммерческого банка, а не весь проект целиком.

Суть проекта, вкратце, заключается в создании федеральной программы по постройке объектов социального назначения на базе высших учебных заведений. В нашем случае, допустим, это будет спорткомплекс. Основные участники проекта: Университет (заказчик), застройщик (исполнитель проекта спорткомплекса), Банк (кредитор застройщика), Агентство Федерального строительства (Распоряжается бюджетом государственной Программы). Смысл программы в снятие всех рисков с заказчика. Застройщика контролирует Банк и АФС. Но застройщику в свою очередь, предоставляются деньги на льготных условиях, $x+3,5\%$. (где x - ставка под которую АФС даёт Банку деньги).

Непосредственно к методу критической цепи. Чтобы запустить весь большой проект и скоординировать все стороны, Банк должен провести некоторые подготовительные работы. Скооперировать все действия с АФС и застройщиком, проверить рентабельность строительного проекта предложенного застройщиком и подготовить все соглашения и другую документацию для запуска проекта по государственной программе.

Всего в этом «мини» проекте у нас будет 5 процессов. Все сроки выполнения работ взяты из реальной практики по работы с проектами данного типа.

- 1.1. Переговоры с АФС и окончательное уточнение всех действующих лиц (аккредитация) и параметров программы. (30 дней – гос. орган, много бюрократии)
- 1.2. Анализ прибыльности проекта, с учетом предложенных АФС параметров и процентной ставки (20 дней)
- 2.1. Переговоры с застройщиком для окончательного утверждения параметров программы (20 дней)
- 2.2. Анализ экономической целесообразности строительного проекта предложенного застройщиком (10 дней)



Рис.1 – Тип «ранний старт»

- 3.1. Подготовка всей нужной документации для подписания всеми сторонами и начала функционирования программы (30 дней)
Построим классический график СРМ типа «ранний старт». (Рис.1)

Далее, следуя предложенному Элияху Голдратом методу критического пути, и в целях борьбы со «студенческим синдромом», уменьшим время выполнения каждого этапа вдвое. Получаем график, который называется «поздний финиш». (Рис.2)

Далее, добавляется проектный буфер и буферы на слияние путей. Получаем следующую схему (Рис.3):



Рис.2 – Тип «поздний финиш»

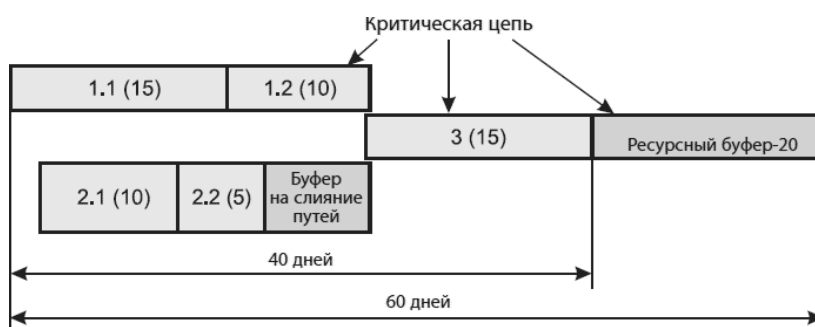


Рис.3 – Проектный буфер и буфер на слияние путей

Стоит отметить, что при построении данного графика никак не был учтен конфликт ресурсов. Покажем последовательность работ в виде диаграммы PERT (Рис.4) без построения шкалы времени. Необходимые ресурсы в диаграмме будут обозначены цветами. Под этими цветами понимаются следующие работники:

1. Красный - сотрудник, отвечающий за сотрудничество с АФС
2. Синий - сотрудник, отвечающий за сотрудничество с застройщиком
3. Зеленый - финансовый аналитик
4. Пурпурный - сотрудник договорного отдела

Следующий шаг метода. Создается диаграмма, сдвигаются все работы на максимально поздние сроки. В данном случае необходимо лишь добавить ограничение «начало как можно позднее» к операции 2.1. Полученная схема представлена на Рис.5.

Затем необходимо устранить конфликт ресурсов, для этого проходить путь с конца проекта к началу. Полученная схема отражена на Рис.6.

Наблюдается два способа снятия конфликта за ресурс (работника) «зеленый», нашего финансового аналитика. Посмотрите, в каждом графике отображается новый тип зависимости от ресурса-ограничения. Резонным выглядит вопрос, - какой из способов предпочтительней? На первый взгляд может показаться, что второй — нижний, поскольку срок выполнения операций получается короче. Во втором случае длина обеих цепочек одинакова, так что любую можно выбрать в качестве критической цепи. Теперь добавляется в оба расписания проектный буфер и буферы на слияние путей. По итогам этих операций получается схема на Рис.7.



Рис.4 – диаграмма PERT

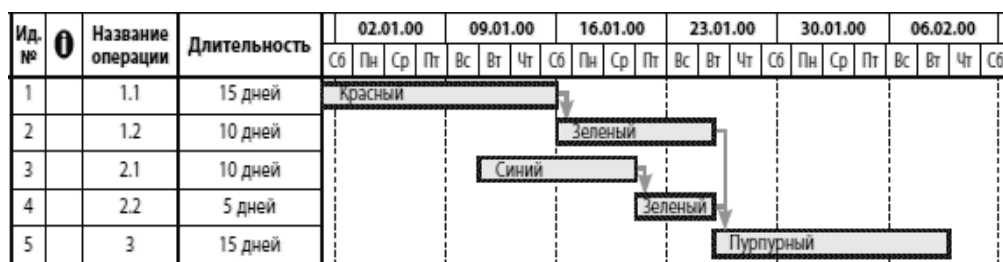


Рис.5 – ограничение «начало как можно позднее»

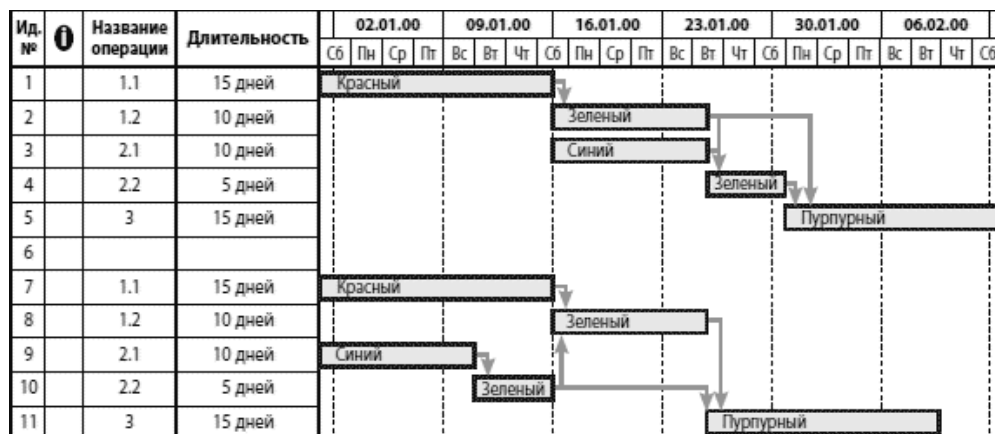


Рис.6 – устранение конфликта ресурсов

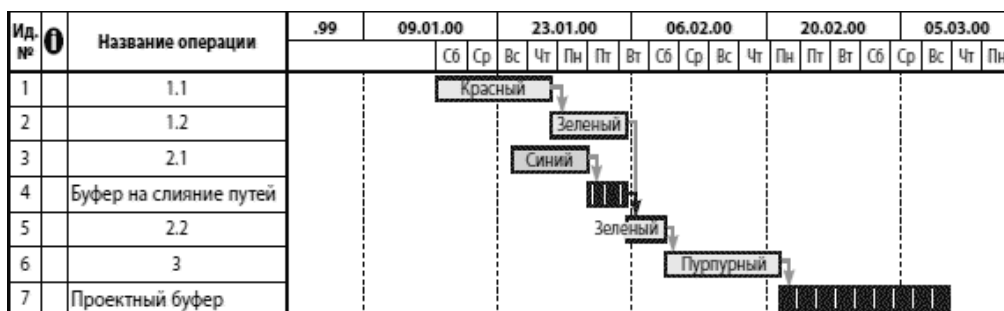


Рис.7 – проектный буфер и буфер на слияние путей

На диаграмме (Рис. 8) показан план, полученный вследствие применения первого способа разрешения борьбы за «зеленый» ресурс. В критическую цепь вошли

все операции, кроме операции 2.1. Размер буфера на слияние путей, согласно рекомендациям автора метода, определяем, как 50% от общей длительности работ пути, впадающего в критическую цепь.

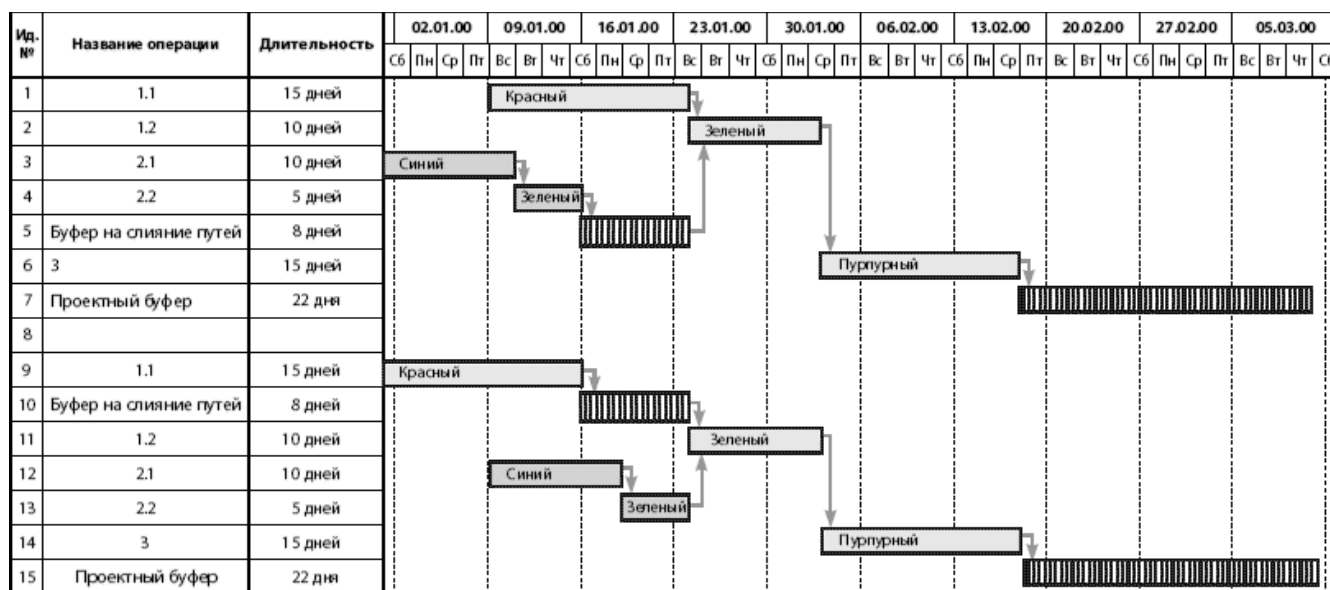


Рис.8 – разрешение борьбы за «зеленый» ресурс

Независимо от того какой путь из двух представленных будет выбран в качестве критической цепи, при первом варианте снятия конфликта, общая длительность работ выйдет одинаковой. Также, в обоих случаях, после добавления к общему графику буфера на слияние путей, некритическая цепь получается, в конечном итоге, больше критической. Объясняется это тем, что возникает дополнительное время, которое можно использовать для завершения некритических цепочек работ.

При расчете длительности проекта без использования метода, срок реализации (Рис.1) составлял 80 дней. При применении метода критической цепи, и следуя советам изложенным автором, время выполнения всего «мини» проект получилось равным 70 дням. Это с учетом заложенного общего буфера в 22 дня.

Рассмотренные способы расположения работ проекта в равной степени хороши, чтобы взять их за основу для построения плана. Потому, что разница между ними по отношению к буферу проекта не критична и ей можно пренебречь. Один из инструментов для улучшения ситуации – перенос самой длинной работы на более поздний

срок. Таким образом, критическая цепь будет представляться самой длинной из любой последовательности работ. В свою очередь, запас времени в проектном буфере увеличится, что ещё сильнее усилит защиту проекта от влияния общих факторов изменчивости критической цепи.

Литература

1. Голдратт Э.М. Критическая цепь. М., 2012
2. Лоуренс Л. Вовремя и в рамках бюджета // Альпина Паблишерз. 2010
3. Trietsch D. From management of constraints to management of Criticalities // Human System Management 2005. № 24. С. 105-115.
4. Steyn H. An Investigation into the Fundamentals of Critical Chain Project Scheduling // International Journal of Project Management. 2010. № 19. С. 363–369.
5. Schragenheim E., Dettmer W.H. Simplified Drum-Buffer-Rope: A Whole System Approach to High Velocity Manufacturing // Consortium of management professionals, 2012. URL: <http://www.goalsys.com> (дата обращения: 24.04.2015).

MODELS OF MANAGEMENT OF THE COMPANY'S STRATEGIC DEVELOPMENT IN CYCLES

Valery Kozin.

MBA. Director of consulting company "Kozin Workshop," teaching a course "Strategic Management" and "Operations Management" at the International Academy of Business and T. Ryskulov International Business School KazNGU, (Almaty).

ABSTRACT

The article considers compliance of various models of company management with the company's strategic development cycles. This article has a scientific and practical nature.

Keywords: Naturally - Symbiotic System model is a business model where management is based on the principles of natural co-existence of independent elements.

Human - machine System Model is a business model where management occurs at the will and desire of a small group of people (investors, CEOs, etc.)

Introduction: This work was started in 2002 as an attempt to understand and systematize dynamics of creation, organizing and development of business models of companies. For the purpose of a working hypothesis it was assumed that any business-system is born, develops and exists on certain regularities which stretch beyond economic science and lie in the border-line spheres of philosophy, biophysics and other sciences.

Subject of study were small, medium-sized and large companies in Kazakhstan and representations of foreign companies working at the territory of the Republic of Kazakhstan, and also a number of companies in the People's Republic of China. Unfortunately, most of the companies preferred to remain unnamed in this study and demanded to use pseudonyms instead of their brand names. However, managers and scientists engaged in practical management and applied economics will easily identify with the familiar management models and case studies.

This research had following purposes:

1. Analyze existing tools for description of creation processes, development and dynamics features of business models in various stages of their existence.
2. Create and describe hypothesis; develop principles of existence dynamics of business systems.

3. Test the hypothesis and principles on working business models.

4. Recommend application.

Accordingly, the research phases were arranged in the following sequence:

1. Desk researches and analysis of previous works in the field of business development, as well as in other areas (philosophy, biophysics, a space physics, economics and others).
2. The fundamental part - includes development of hypothesis of dynamic model and its principles of construction. Determination of parameters of the object for positioning and forecasting.
3. Test of hypothesis of dynamic model of development, generalization and analysis of results.
4. Development of practical recommendations for application of the model.

Materials and Methods used in this study were as follows: First of all, the inductive technology of F. Bacon was applied: the analysis – development of hypothesis – practical test of results. Business models were considered as supersystem elements, that is, tools of system analysis were applied. For determination of parameters of measurement the tools of the regressive analysis were used. As the system principles laws of materialistic dialectics were used:

- the principle of a general relationship claiming that everything is connected with everything, and only limitation of human knowledge doesn't allow to see all existing communications;
- the principle of development proclaiming the irreversible, directed, natural change of material and ideal objects as their universal property;
- the law of unity and struggle of opposites concerning transition of things in the course of development into its own contrary (definition of concept of contrary, or a dialectic contradiction, has not been given);
- the law of transition of quantitative changes into qualitative, meaning accumulation of gradual quantitative changes by the developing objects and subsequent spasmodic transition of the last into qualitative changes;
- the law of negation of negation underlining a spirality of development and return to the previous state at higher level of development.

Analysis of existing studies. The closest to this issue is Adizes's [1] work narrating that any company passes stages of initiation, development, maturity and decline. However, this statement raises doubts in regard to duration of life cycle as there are companies with extraordinary short life cycle. There are companies with history of more than several decades. Finally, there are long-living companies like Kruzhovitsky brewery in the Czech Republic that works since 1571, and there is a company in People's Republic of China producing brushes for writing that has been successful since 1234. It means that principles of dynamics of company development exist and violation of these principles considerably reduces their life cycle. Studying stories of various companies, we can trace process of transformation of the company of the monofunctional (single-product) enterprise into large holdings and corporations with the high level of integration and diversification, and also wide geography of a marketing network. But at such transformations changes not only organizational structure, but also company management model. Naturally we can tell that this process happens under the influence of the end user who raises requirements to products (goods and services). But at the same time, as stated in works of S.E.Shnoll [2] we encounter natural oscillatory processes and transition from one state to another. For example, it proves on a number of experiences: "The "water restructuring waves" - which I made up - represent reorientation of dipoles of water at change of properties of a surface from hydrophilic to hydrophobic" [2 p. 19]. In the same work he evidentially claims: "discrete distributions are peculiar to processes of any nature from biochemical reactions to radioactive decay and that very much reflect general properties of our world in forms of the corresponding histograms. Now I think that in these phenomena reveals fluctuation of space – the time, occurring at the movement of earth in a non-uniform gravitational field" [2 p. 19].

Oscillatory processes in economy and politics are well described in N. D. Kondratyev's works [3] "... wars and revolutions arise because of real, and first of all economic conditions ... due increase of speed and tension of economic life, an aggravation of the economic competition for the markets and raw materials ... Social shocks arise easier than all in the period of a rough impact of new economic forces.". Management-related literature fairly well describes the models of management based on administratively functional basis. The special literature characterizes them as natural technical systems. "The natural-technical system (NTS) — is a complete, ordered in the existential relation set of the interacting components which includes tools, products and the means of labor, naturally and artificially modified natural bodies, and also natural and artificial fields." "The natural-technical system essentially differs from the natural. Its major difference is in being manageable (cybernetic). Such manageable systems are the systems, which functioning is caused by the managing interactions." [4]. Respectively, natural systems also exist and are well-described. "Natural - ecological system (NEC) - the uniform natural or natural and anthropogenous complex formed by live organisms and their life environment in which live and inert ecological components are connected among themselves by relationships of cause and effect, a metabolism and distribution of a stream of energy." [5]. There is also the main principle: "The rule of internal consistency in ecology - a situation according to which activity of species in a natural ecosystems is directed on maintenance of these ecosystems as their own life environment." [5].

Formulation of hypothesis. Any business system exists in a spatial and time continuum under laws of dialectics. Being born in one of contraries it undergoes progressively ascending movement to the antipode and then on a spiral comes back to the initial state at a higher step of development. This hypothesis doesn't contradict to the provisions set forward by Adizes as the point of death of the company can come at any time for a number of the subjective and objective reasons in any point of a spiral. But this company will be immediately replaced by competitors, having continued the movement on a spiral. It should be noted that the stages of life cycle described by I. Adizes should be considered as consecutive elements of the spiral. The spiral in itself also reflects N. D. Kondratyev's waves. Recessions and rises should be considered not as a horizontal graph, but rather as vertical. Besides, if we assume a spiral fragment, we can see then oscillating motions similar to the ones described in S.E.Shnoll's works. Describing two contraries, I believe it is possible to view the Chinese monad as a prototype in which the movement actively confronts to rest. In its principals, the condition of rest by most matches interaction of elements in naturally-ecological system. The active condition of the movement corresponds to natural-technical systems. Progressive movement of spiral is provided by a constant dissatisfaction of the consumer imposing the growing requirements to product parameters (the price, quality, complexity, functionality, properties ...). It is possible to call these parameters as quantitative. It is possible to define the income in the form of a quality indicator. The unity of producer and consumer doesn't raise doubts either. As the income of the producer is directly related to the income of the consumer. In our model we consider dynamics of the enterprise as if in separation from other elements of the supersystem; therefore, a dependent variable certainly is the

income which will be gained by the buyer of goods and services. Growth of this income increases demand, number of purchases and respectively the income of the seller/producer. Besides, the buyer, for the purpose of obtaining the same income imposes increased requirements to properties of a product, thereby providing its changes. Of course, the quantitative component is diverse and multilevel. It is con-

nected with existence and quality of raw materials, technologies, equipment, professionalism of experts, distribution geography, cost of a product, requirements of the state, mentality of buyers and number of other factors which in the regressive analysis can be accepted as independent variables. Schematically the hypothesis can be represented in the following form. Fig. 1.

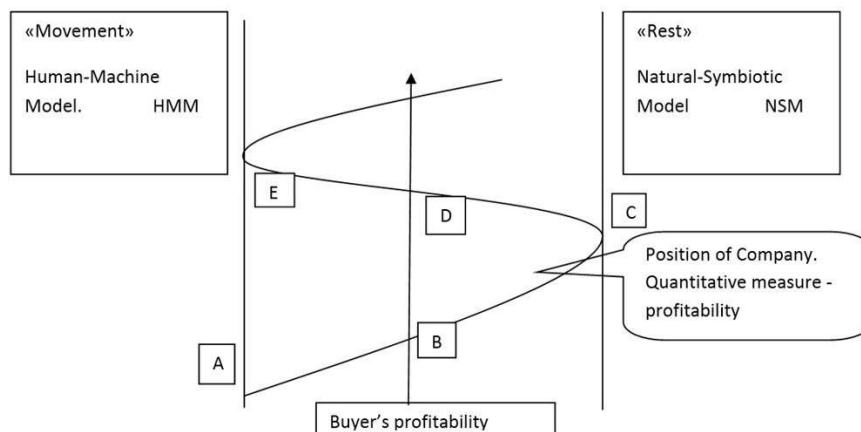


Fig. 1. The scheme of development dynamics of the company by the principles of materialistic dialectics.

In order to draw more precise definitions in further description of research, the natural-technical system will be referred to as the Human-Machine Model (HMM), and it is Natural-Ecological System – the Natural-Symbiotic Model (NSM).

Research results. 254 companies were studied. Among them large diversified corporations – 62%; medium-sized integrated companies - 26%; small business less than 5-years-old – 12%. First of all quantitative indices for each opposite state were investigated and described. Results of researches are given in Table 1.

Table 1

Quantitative indices for opposite states company/business unit *

No	Quantitative indices	Human-Machine Model (HMM)	Natural-Symbiotic Model (NSM)
1.	Product	New or unknown	Well-known, traditional
2.	Promotion	Actively aggressive, involves creating demand and educating	Passive, supportive
3.	Geographical Distribution	Small	Large
4.	Competition	Low	Large
5.	Product Unique Features	High	Low
6.	Price	High	Low to Medium
7.	Sales Volume	Small	Maximum Available
8.	Cost of Product	High	Low
9.	Substitutes available	Many	Few
10.	Buyer's Loyalty	Low	High
11.	Production Technology	New	Used by Competitors
12.	Equipment and Techniques	New	Outdated (in terms of science advancement)
13.	Buyers' Preferences	No preferences	Settled, normalized
14.	Service Level	Acceptable	Maximum Available
15.	Resources Availability	Deficient	Available
16.	Brand's Recognition	Low	High
17.	Level of Borrowed Capital and Investments	High	Low
18.	Financial Stability	Low	Medium to High
19.	Client Base	Minimal	High percent of Lients
20.	Profitability per Company's Expert	High	Medium to Low

*Of course these are not all of indices and their number will grow depending on their influence on the quantitative measure – the profitability.

The same approach was applied and to model of management. Results of researches are given in table 2.

Table 2

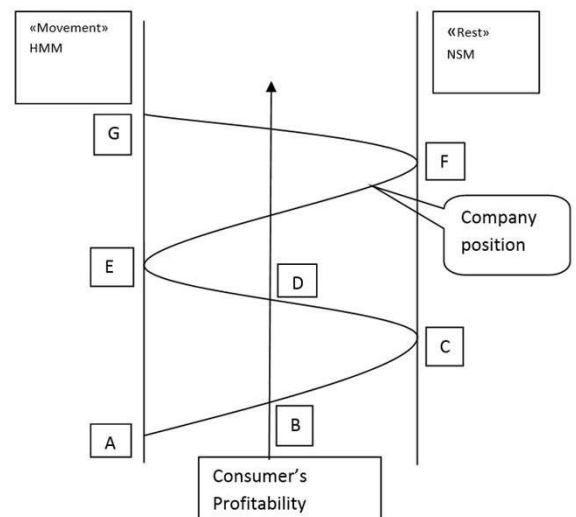
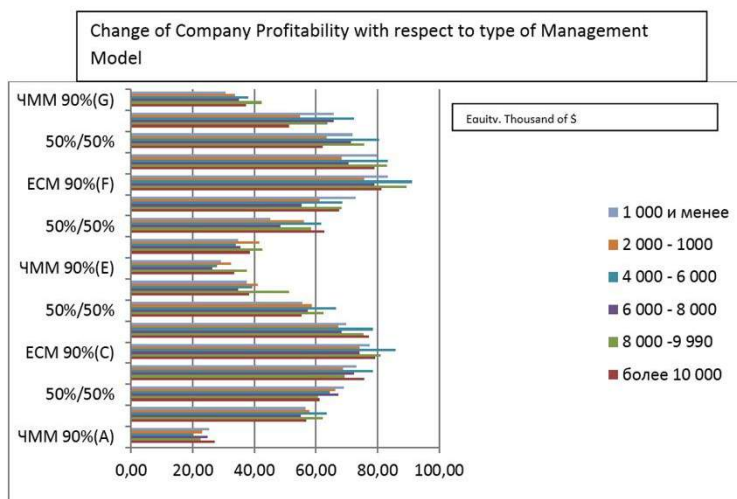
Features of management model for various conditions of company.

№ п.п.	Quantitative indices	Human-Machine Model (HMM)	Natural-Symbiotic Model (NSM)
1.	Management style	Direct autocratic management	Indirect management, maximum authority delegation to the entry-level personnel
2.	Decision-makers	TOP management	Line managers, Entry level
3.	Functionality of administrative personnel	Single function	Multiple functions
4.	Process State	Stable, unchangeable	Innovative, continuous improvement
5.	Quantity of administrative personnel	Increasing or Stable High	Minimal
6.	Speed of making administrative decisions	Slow, approval procedures	Fast, line managers
7.	State of business	Engineering, Reengineering	Small innovations
8.	Delegation of authority	Minimal, CEO	Maximal, Line managers
9.	Budget administration	CEO	Line manager
10.	Motivation system	Bonus system (for branch, partly individual)	Fully individual, profit sharing.
11.	Management team type	Actively aggressive team headed by CEO	Passive management on all levels, involvement of initiative experts in administration process.
12.	Degree of freedom in making managerial decisions (middle & entry levels)	Close to zero	CEO – Line Manager relationship: Investor – Entrepreneur. Delegation of Authority to Line Managers.
13.	Target Strategic Indices	NPV, ROI	ROI, EVA, MVA
14.	Managerial approaches	Systematic and Situational approaches	Process approach
15.	Partner relationships	Multivariable relationships in R&D	Multivariable relationships in Production, Procurement, and Sales

Short description of lines of Company's position. (See fig. 1). The AB line is characterized by entry into the local market with a new product, and gaining a market share. Start of operations and full capacity production of an integrated and diversified business. Management is dominated by Human-Machine Model. Arrival of aggressively – initiative team of management. Structural and organizational reorganization of the company. The BC line is characterized by geographical expansion of business and assortment programs. Management – Natural Symbiotic Model. Cloning of enterprises and trade representatives. Complexity of authoritative management,

delegation of authority. The CD line is characterized by product/service improvement, expansion of the product range. Delegation of operational management decisions. Active introduction of innovations. Domination of Natural-Symbiotic Model. The DE line is characterized by falling sales, "aging" of product. Increase in staff, system of coordination, "bureaucratization" of processes, outflow of initiative experts and reformers.

The analysis of this model from a position of the company profitability shows us the comparative schedule presented in fig. 2.



1000 and less The cost of capital/ in the year/in thous/\$

Рис.2. Relation of Company's Profitability to the Company Model Positioning.

Thus, profitability of company is directly related to its position designated in our model. This principal should be noted: Need of compliance of management model to the position of the company on the scheme (fig. 2). That is, progressive movement of a spiral is provided by demand requirements of the consumer and that company which satisfies this demand, has to quickly reconstruct its management model as only effective management model provides profitability of the company. It is also necessary to pay attention that extreme points in peaks and recessions of each cycle are higher than previous analogs. The time factor is of great interest as various companies pass various positions of model during different periods of time. Companies usually pass lines AB and BC within no more than 3-5 years, at the same time lines CD and DE can stretch for decades. Analysis of organizational restructurings of management model of in the studied companies gives the frequency of 8,2 - 11 years, and as a rule the profitability failure falls in the same periods. But, most likely, 3-5 years oscillatory-time process is the optimum for all lines; thus providing ideal satisfaction of demand. That is, if the cycle was more than 5 years, then revision of management model was initiated under pressure of external and internal factors that led to loss of profitability management. If the company constantly positions itself according to the offered model (at least once every 2-3 years) and starts reorganization of management model systematically, but not in a revolutionary way, it will result in a better profitability to management and higher competitiveness of the company. The pilot projects fulfilled in five companies led to growth of profitability by 5-11%. It should be noted that systematic changes of the following factors gave the fastest effect: optimization of processes, delegation of authority, creation of reformatory management teams and so on. These projects didn't lead to mass dismissals and closing of the enterprise. Thus, the result doesn't go about straightening of profitability recessions as they are natural and inevitable, but it is rather about systematic and organized management of these states, control of profitability and minimization of time of transition from one state to another. Separately it should be noted that profitability decline in HMM is related to investments into new production or a product, and also to high expenses related to new product marketing. Therefore it is necessary to point out the inevitability of falling profits in HMM position.

First of all, these conclusions are based on comparative analysis of the similar enterprises with similar development stage (on one site of a spiral). It was amazing why one enterprise actively and dynamically develops, in certain cases even is the leader of the market, and another is the outsider. Thus the key parameter of positioning was the product (characteristics of a product as a quantitative index of process) and profitability as the quality indicator indicating a position of the company spirals. As a result of researches it became clear that the management model of the lagging behind enterprise remained invariable during rather a long period of time (5 or more years). At the leader-enterprise, on the contrary, change of management model happened no more than 3 years ago. This regularity is observed in 87% of cases of comparison. Thus it is possible to compare the companies not only like "the leader - the outsider", but also for example "above an average point - below an average point". The second option even is more preferable in the analysis of financial and economic activity of the enterprise as it gives the chance to define a tendency of the movement of the enterprise and to start changing management model without waiting for the

moment when buyers lose interest in your product and profitability (your quality indicator) starts falling.

This logic fits 87% of the companies (as it was stated). And it raises the question of the remaining 13%. This category includes the enterprises which have no analogs and there is no opportunity to compare them. But there is no opportunity to compare not only by the researcher, the Buyer has no chance to compare either. As a rule, these are companies which are for one or another reason monopolists. Sometimes these reasons are caused by natural monopolies. For example "Almaty water utility", "Almaty power supply networks" and so on. But the monopoly can sometimes develop due to unique properties of a product, for example the P&G company in the market of Kazakhstan occupied 80% of the market of detergents simply because the market not big and unattractive. However in recent years profitability of the population in Kazakhstan considerably increased (of course this is not the only factor) so the Russian and Turkish producers, and then German came to the market of detergents. Under the pressure from their products, P&G suffered considerable losses. Also the monopoly can temporarily be formed because there are no the producers capable to make a competitive product in the market. For example, three large breweries (known world brands) owned 96% of the market, also there were some small restaurant-breweries who improved qualitative characteristics and with higher price (insignificantly higher) deprived the world brands by nearly 30% of the regional market. Of course, world brands didn't suffer, but positions in the regional market were lost. That is, it is possible to stay among leaders due to new technologies, and it is possible even to join 13% of the inaccessible. But keeping the old model of management will result in falling profitability, it's just a matter of time.

As a result of research one more feature was found and expressed in the following regularity: "Change of management model leads to obligatory change of the management team". This tendency was observed in 98% of cases. First of all it is connected to the fact that the manager being formed as an administrator gains and develops a certain set of administrative skills and leadership skills, and also certain set of administrative templates. These characteristics of the manager are, as a rule, attached to one of the above described models of management. That is not necessarily the manager has to be attached to the HMM or NSM model, but domination of administrative signs is always present. For example, the manager builds daily administrative activity in an authoritative model of management, but he can realize separate functions and small projects through the temporary working groups, advisory council and so on, with delegation of part of authority on decision-making, sometimes rather big, but in insignificant monetary risks.

Of special interest is 2% of the managers capable to cardinal reorganization, fast transition from one model to another. These managers are the gold reserve of any company. They perfectly feel, in what conditions, what management model needs to be applied. Besides they have an administrative experience in both models. Questioning and interviewing this type of managers allowed to reveal the following features:

1. Being Line Managers within their careers, they had to work both under HMM and NSM. The experience was very bright as they felt contrast.
2. Being at the middle-career positions, the process was the same.

3. This category of managers possesses pronounced leadership skills and acquired (not natural) charisma.

I would like to dwell upon the factors characterizing a management model. First of all, they are divided into functional groups:

- Market model of the enterprise;
 - Management system;
 - Process model of industrial complex or service complex;
 - Administrative and organizational model.
- Decomposition of functional groups looks as follows:
The market model of the enterprise includes:
- Place and role of the enterprise in the supersystem (branch, regional market etc);
 - Client relationship system;
 - Suppliers relationship system;
 - Partners relationship system, service by the companies;
 - Financial institutions relationship system;
 - Scientific and research groups relationship system;
 - Government authorities relationship system.

The management system should be understood as administrative activities including the following:

- System of planning (technologies, methods, periods);
- System of administrative and financial accountability (the organization, reliability, timeliness and completeness of information to make administrative decisions);
- System of collecting and processing external information (marketing, economic, political information etc);
- System of complex analysis of external and internal information;
- System of forecasting market situation and financial and economic activity of the enterprise;
- System of making administrative decisions and delegation of authority;
- Innovations control system;
- Quality monitoring system

The process model of industrial complex includes the following elements:

- Process model of the main production (conveyor, modular block, shop etc.);
- Model of power supply of the enterprise (full cycle, outsource, integrated into branch etc.);
- Model of auxiliary production;
- Service model (scheduled preventive system of service and repair, aggressive operation etc.);
- Model of purchases;

- Model of sales channels;
- Model of sales and promotions.

Административно-организационная модель включает в себя:

- System of selection, hiring, training;
- System of document flow;
- Personnel management system;
- System of legal activity of the enterprise;
- System of housekeeping;
- System of development functions (capital construction etc.)

Further specification based on division of properties of models is impossible in this article because of large volume, but it won't make big work if to be guided by the principles of models.

Discussion and Conclusions.

As the conclusion it is necessary to allocate the following aspects of research:

1. Change of model of management is an inevitability and conscious need.
2. The offered approach to the analysis of strategic development of the company allows to position the company on a spiral of development and to predict its further reorganization (nothing is invariable in this world).
3. Timely change of model of management allows to effectively operate the profitability of the company and will considerably reduce market risks even taking into account "the black swans".
4. The system of selection, hiring and preparation of management of the enterprise represents clear model with pronounced requirements and competences to the personnel at every moment of development of the company.

Bibliographic references

1. Itzhak K. Adizes Managing Corporate Lifecycles, Piter, 2008r., p384., ISBN 978-5-469-01523-9, 5-469-01523-8
2. Schnoll S.E. Cosmophysics factors in random processes. Swedish physics archive. Svenska fysikarkivet. 2009. p 390. Royal National Library of Sweden.
3. Kondratyev N. Big cycles of an environment and theory of anticipation. Selected works / Editors: Jacovetz Ju., Abalkin L., Economica, 2002.
4. <http://drillings.ru/pts>
5. <http://www.slovarus.ru/?di=162266>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ДЕЛОВЫХ ИГР ПРИ ПОДГОТОВКЕ БАКАЛАВРОВ ПО ЛОГИСТИКЕ

Воронов Алексей Владимирович,

к.э.н., зам. Генерального ОАО Фармасевер, г. Северодвинск

Воронов Владимир Иванович

к.т.н., профессор кафедры логистики Государственного Университета Управления, Москва

Кривонос Никита Алексеевич

Бакалавр Государственного Университета Управления, Москва

Лазарев Владимир Анатольевич,

к.т.н., доцент Морского Государственного Университета, Владивосток

USING OF COMPUTER BUSINESS GAMES WHEN TRAINING BACHELORS IN LOGISTICS

Voronov Alexey Vladimirovich, Cand.Econ.Sci., deputy of General JSC Farmasever, Severodvinsk

Voronov Vladimir Ivanovich, Cand.Tech.Sci., professor of department of logistics of the State University of Management, Moscow

Krivososov Nikita Alekseevich, Bachelor of the State University of Management, Moscow

Lazarev Vladimir Anatolyevich, Cand.Tech.Sci., associate professor of Sea State University, Vladivostok

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрено использование компьютерных деловых игр при подготовке бакалавров по логистике. Исследованы такие деловые компьютерные игры как «МАВР», «АССОРТИ», «РОДЭО». Установлено, что на современном этапе развития деловые компьютерные игры являются неотъемлемой частью подготовки бакалавров по отраслевому менеджменту по направлению логистика управление цепями поставок.

SUMMARY

In this article using of computer business games when training bachelors in logistics are considered. Such business computer games as «MAVR», «ASSORTY», and «RODEO» are investigated. It is established that at the present stage of development business computer games are an integral part of training of bachelors in logistics.

Ключевые слова: компьютерные деловые игры, игра «МАВР», игра «АССОРТИ», игра «РОДЭО», логистическая модель, управленческие решения.

Keywords: computer business games, game «MAVR», game «ASSORTY», game «RODEO», logistic model, and administrative decisions.

Современное общество требует высококлассной подготовки специалистов разных направлений. Это касается и управленцев, поскольку именно от уровня подготовки и профессионализма управленческого персонала менеджеров зависит эффективность деятельности предприятия. Одним из современных приемов, что позволяет готовить отличных специалистов, являются деловые компьютерные игры. Они моделируют разного рода ситуации и дают возможность учащимся на практических примерах применять свои теоретические знания. Такие игры являются одним из самых эффективных методов в подготовке управленческого персонала хорошего качества, поэтому их все чаще применяют при подготовке определенного рода профессиональных специалистов. Значимая заслуга деловых компьютерных игр и в подготовке логистов как будущих управленцев потоками, как процессами преобразования. Применение современных компьютерных технологий значительно сокращает время на разного рода вычисления [5. с.34].

В современном мире есть множество деловых компьютерных игр. В статье будут рассмотрены только некоторые из них («МАВР», «РОДЭО», «АССОРТИ»), которые были разработаны авторским коллективом и используются им в учебном процессе.

Программа «МАВР» предназначена для автоматизации большого количества расчетов, требуемых в ручном варианте данной деловой игры, и для формирования бланков отчета о проделанной работе. Как и в ручном варианте, программа предоставляет игроющему списки анализируемых параметров и ограничивающих требований. Программное обеспечение деловой игры "МАВР" разработано для использования на IBM-совместимых компьютерах и не критично к их быстродействию- и графическим возможностям. Разработчики программы советуют сравнивать одновременно не больше 10 данных по более чем 12 признакам. Процесс анализа и его результаты группируются в виде удобных таблиц. После завершения анализа всех объектов, игрок выбирает лучший, по его мнению, в соответствии с коэффициентами влияния и выделить его. После выделения на экране появится описание лучшего варианта [4. с.31].

Деловая компьютерная игра «АССОРТИ» выполнена в двух взаимосвязанных частях. Так в самом начале

данной игры, участник должен выбрать оптимальную группу, в которую входит десять человек из двадцати предложенных, затем установить ее производительность, на уровне единицы, сокращая при этом численность работников и разделяя сумму общей заработной платы. Когда процесс оптимизации завершится, на диске сохраняется файл с исходными данными и результатами данной игры. После чего данная программа предлагает выстроить наилучшую категорию для данного варианта начальных данных. В случае если играющий согласится, то компьютер выстроит наилучший вариант и кроме того запишет его на диск.

На первом шаге должен быть сформирован трудовой коллектив в начальном варианте, когда число служащих подходит штатному расписанию, при этом не имеет значения суммарный размер производимой данной категорией работы. По завершении первого шага должен быть выбран коллектив с наилучшим моральным климатом и высокой профессиональной отдачей, другими словами с минимально вероятным числом пар служащих с обоюдными враждебными отношениями.

Сначала надлежит сделать некие замечания к поставленной проблеме. В настоящих человеческих отношениях неприязненность и вражда могут иметь большое количество степеней выраженности и оттенков. Попытка учитывать все вероятные варианты делает задачу неразрешимой просто постольку, так как все варианты учитывать нереально, и область поиска расширяется бесконечно. Для фактического решения намеченной цели целесообразно максимально уменьшить область поиска, что приводит в результате к двум вариантам отношений внутри пары: психологическая сопоставимость и психологическая несопоставимость [3. с.501].

По своей формулировке решение первого шага представляет из себя традиционный вариант задачи поиска оптимума в многомерном пространстве. В рассматриваемом случае решение имеет возможность выглядеть последующим образом.

1. Выбирается первый работник. Критериями его выбора могут служить наибольший коэффициент деловой активности и большая дружелюбность относительно к сотрудникам.

2. Согласно с традиционным методом поиска оптимума в категорию поочередно прибавляется по одному работнику, такому, что при всем этом наблюдается наибольший прирост качества труда категории – до того времени, пока категория не станет стопроцентно укомплектована.

Известно, что поиск оптимума на трудной плоскости быть может прерван в связи попадания процесса в ловушку. В этой ситуации, как продемонстрировало исследование, нередко встречается ловушка вида локального оптимума. Поэтому поиск решения с внедрением приведенного выше метода полностью находится в зависимости от первого приближения, другими словами от того, какой работник был избран первым, и сможет привести не к лучшему, а просто к приемлемому решению. Фактически из этого можно сделать вывод, что задача не будет решена.

На втором шаге обязана выйти категория, лучше всего исполняющая поставленную перед ней проблему в плане. Единый принцип возведения такой категории содержится в следующем. Процесс разбивается на две параллельно решаемые задачи, любая из которых, в общем и целом считается задачей поиска оптимума. Первая задача содержится в поиске и удалении из категории служащих, работающих хуже всех. Вторая задача содержится в рассредотачивании освободившегося в следствии частного решения первой задачи фонда оплаты труда между работающими сотрудниками имея цель наибольшего роста совместного объема работы, сделанной этой категорией [9. с.37]. При всем этом подразумевается, что удаление одного работника дает частное решение первой задачи, потом должно быть получено частное решение второй задачи для создавшейся ситуации, таким образом, выходит личное решение 2 шага, а потом, наверное, опять получено еще одно частное решение первой задачи для сокращенной на одного человека категории. Второй шаг считается решенным, в случае если некоторое еще одно исполнение второй задачи дает общий объем работы этой категории более близким к ста процентам от прогнозируемого, и при всем этом последующее частное решение второго шага усугубит качество работы коллектива.

Очередное частное решение второго шага выходит следующим образом. Посреди служащих производится поочередный поиск такого, для которого объективно последующее условие: общий объем сделанной этой категорией работы максимален после удаления данного работника из коллектива. В ходе поиска частного решения нужно устранять одного очередного работника и пересчитывать коэффициенты деловой активности остальных служащих, а потом рассчитывать общий размер работы этой категории. При всем этом надлежит учесть, что разрушение одной пары с тяжелыми отношениями, в соответствии с результатами опроса, эквивалентно повышению оплаты труда оставшегося работника на пять процентов. Когда такой работник обнаружен, обнаружено и очередное частное решение первой задачи второго шага. Необходимо подчеркнуть, что вероятны ситуации, когда удаление работника приводит к резкому увеличению совместного объема работы, исполняемого этой категорией.

Показателем неплохого завершения игры должна быть единичная производительность при нулевом свободном фонде и малой численности категории [1. с.114].

Прогрессивное состояние мирового хозяйства, глубокие изменения финансовых и политических взаимоотношений в направлении здравого смысла влекут за собой надлежащие изменения во всех сферах производственной деятельности. Практикуемое в текущее время нерациональное внедрение Мирового океана ведет к быстрому истощению его ресурсов и уменьшению добычи морепродуктов при продолжающемся росте народонаселения планеты. Данный процесс порождает массу проблем, улаживать которые требуется немедленно. [4. с.27].

При планировании темпов развития промысла и размеров добычи полностью необходима квалифицированная финансовая оценка сырьевой базы рыбной индустрии и способностей рыбопромыслового флота для определения результата, который может быть получен от их эксплуатации в текущее время и в перспективе. Сложность и обилие решаемых в отрасли задач настоятельно просят соответствующей целостной системы финансовых оценок биоресурсов океана, в базе которой, обязан лежать логистический подход к деятельности флота [3. с.54].

Такого вида задачи в учебных, познавательных целях более эффективно находят решение в виде деловых игр. Участникам нужно найти издержки на промысел в каждом регионе и выдать финансовую оценку каждому региону, распланировать добывающий и транспортный флот из портов базирования по промысловым районам. Участникам игры противостоят силы природы – штормы, меняющаяся промысловая ситуация, неритмичность доставки продукции в порт [1. с.84].

На базе логистической, математической модели, была создана программа «РОДЭО» (Разумная организация добычи. Финансовое обоснование), являющаяся собой составляющее автоматической системы финансовых оценок биоресурсов Мирового океана и своевременного управления рыбопромысловым флотом. Описание ее работы, как и Мавр и Ассорти приведены в монографии [11. С.5-175]

Механизм хозяйственных оценок биоресурсов океана нужен для оптимизации процедуры принятия управленческих решений, что даст возможность сделать экспертную систему оценки запасов биоресурсов Мирового океана и управления промысловым флотом [7. с.32].

Оценка условной финансовой производительности сырьевой базы позволяет улаживать задачу обеспечения потребности в океаническом сырье с меньшими приведенными расходами на исследование, поиск, добычу сырья, выпуск и перевозку продукции из районов промысла в порты базирования и ее сбыт покупателям. Большой размер начальной информации и сложность численных расчетов обуславливают потребность применения ЭВМ. Основой для создания формальной алгоритмической модели послужила методология [10. с.42]. Начальными данными для модели считаются: намечаемая потребность народного хозяйства в океаническом сырье (плановый размер добычи в этом районе), семь районов промысла с заданной квотой добычи в каждом регионе без вреда для воспроизводства, удельные нынешние издержки, удельные капитальные инвестиции по технологической цепочке «поиск – промысел – транспорт – берег – покупатель», объекты промысла, которые для упрощения расчетов подобраны в числе трех видов: лосось, сельдь, треска.

Основное ограничение в игре – время, один год, на протяжении которого играющий вправе давать указания предприятием [8. с.78].

Пройдя через этап знакомства с компьютерными деловыми играми по предмету Системного анализа в логистике, мы пришли к выводу, что применение данного вида образования крайне необходимо, поскольку позволяет развивать особенные качества стратегического и оперативного мышления, через компьютерную игру! Учиться играя, теперь это действительно так, и всё благодаря тому, что были созданы и внедрены в образовательные программы компьютерные деловые игры. Однако, как и в любой игре, нельзя познать всё и сразу, и с самого начала вы не будете побеждать, не разобравшись с управлением, а точнее и с алгоритмом игрового процесса.

С самого начала вы можете быть недовольны, что у вас что-то не получается, что вы вновь банкрот (деловая игра «Родео»), но разве не именно это притягивает в образовании: научиться тому чего не можешь, познать что-то новое, открыть в себе новые качества, развить навыки, и именно компьютерные деловые игры позволяют нам заполучить все эти положительные аспекты. У игроков появляется положительный азарт, поскольку есть желание получить прибыль и хочется выйти на рекорд, попасть на 1-е места.

Так же отдельно хочется отметить продуманность построения данных компьютерных деловых игр, особенно «Родео», поскольку здесь мы можем увидеть те самые уровни, как в обычных компьютерных играх: форсированный, ознакомительный, медленный, жесткий. Также, стоит сказать, что данный вид образовательной деятельности широко применяется в образовательных программах бакалавров Государственного Университета Управления, в том числе на направлении подготовки «Логистика и управление цепями поставок».

Таким образом, использование деловых компьютерных игр на современном уровне развития общества и системы образования, является неотъемлемой, местами даже основополагающей, частью при подготовке высокопрофессиональных управленцев, в том числе логистов. Такие игры способствуют выработке профессионального мышления, умению с высокой скоростью и эффективностью на практике решать управленческие задачи.

Список литературы

1. Бирштейн М. М., Бельчиков Я. М. Деловые игры. // Рига: Авотс, 1989.-303 с.
2. Бреслав Л.Б. Экономические модели в судостроительном производстве. - Л.: Судостроение, 1984. - 272 с.
3. Воронов В.И. Проблемы внедрения активных методов обучения в экономические дисциплины, 1989г. 1783-89г. Москва НИИ ПВШ – 14с.
4. Воронов В.И., Гармаш С.Д. Необходимость формирования логистических систем в условиях рыночной экономики. Высокие интеллектуальные технологии развития профессионального образования и науки: Мат. II международной научно-практической конференции. Кн. 2. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2000. – 221 с.
5. Воронов В.И. Проблемы электронного методического обеспечения // Вестник ВГУЭС, Выпуск института международного бизнеса и экономики. – 2002. – № 1. – С. 45–62
6. Григорьев М.Н., Долгова А.П., Уваров С.А. Логистика. Продвинутый курс: учебник для магистров / — 3-е изд., перераб., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2011. — С. 734
7. Погорелов А.М. Деловые компьютерные игры в логистике // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2014. №1-1.
8. Рыночная экономика: Учебник. В 3 т. Т. 3. Ч. 1. Гойдман М.М. Деловые игры по рыночной экономике и бизнесу. - М.: «Соминтэк», 1992. – 160с.
9. Лившиц А.Л. Деловые игры в управлении / А.Л. Лившиц. — М., 1989. — 272с.
10. Лукоянов И.А., Охупкина Е.П., Воронов В.И., Воронова Л.И. Разработка и внедрение поискового робота для анализа интересов клиентов // Современные наукоемкие технологии. 2014. №5-2
11. Воронов В.И. Управляемые модели функционирования производственно-транспортных и коммерческих структур. Монография – Владивосток: Изд-во Дальневосточного университета. 1996.-175 с.

АНАЛИЗ ТОРГОВЫХ СТРАТЕГИЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Криворотько Инна Александровна

к.э.н., доцент кафедры международной экономики

Папкина Таисия Владимировна

Магистр, ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского», Таврическая академия, г. Симферополь

ANALYSIS OF TRADE POLICIES IN THE GLOBAL MARKET

Krivorotko Inna, Ph.D., Associate Professor of International Economics

Papakina Taisiya, magister, FSAEI IN "CFI Vernadsky", Taurian Academy, Simferopol

АННОТАЦИЯ

В данной статье был осуществлен анализ торговых стратегий на мировом рынке, рассмотрены классификации международных торговых стратегий, которые позволяют инвесторам делать выгодные вложения. Проводиться анализ стратегий на основе критерия доходности. Также в исследовании рассмотрен пример торговой стратегии на фондовом рынке.

ABSTRACT

This article presents the analysis of the trade strategy on the world market, classification that gives information about the international trade strategies, which allow investors to make profitable investments. Conducted an analysis of strategies based on the criterion of profitability. In the research also considered an example of a trading strategy on the stock market.

Ключевые слова: мировой финансовый рынок; торговые стратегии; фондовый рынок; доход; хедж-фонд; спекулятивные операции.

Keywords: the global financial market; trading strategies; stock market; income; hedge fund; speculative transactions.

На сегодняшний день мировой финансовый рынок подразумевает под собой, огромное инвестиционное поле, где правильно продуманная стратегия позволяет участникам рынка получать высокую доходность от торговых операций. Практически невозможно предугадать движение финансового рынка неосознанно, поэтому инвесторы используют торговые стратегии, которые позволяют делать им выгодные вложения.

Торговая стратегия – это совокупность многих составляющих: видение рынка, мани менеджмент, торговая психология трейдера. На основе одной прибыльной торговой стратегии можно сделать множество торговых систем.

Классификация мировых торговых стратегий:

1. Торговые стратегии частных инвесторов.

Частные инвесторы представляют собой самостоятельных участников рынка, которые проводят операции без финансовых посредников, поэтому доходы от торговых операций принадлежат только им. Валютный рынок привлекателен для частных инвесторов (за счет постоянных колебаний валютного рынка и правильно построенной стратегии можно осуществлять множество спекулятивных операций).

Торговые стратегии частных инвесторов делятся на 4 вида:

- по принципу действия («интрадей», «дейтрейдинг» или торговля внутри дня; позиционная торговля; среднесрочное/долгосрочное инвестирование).

- по критерию активности участников проведения финансовых операции (пассивная/активная инвестиционная стратегия).
- по соотношению риска-доходности (агрессивная стратегия; консервативная стратегия; сбалансированная стратегия).
- по временным параметрам: долгосрочная, среднесрочная, краткосрочная, спекулятивная, без использования заемных средств, с использованием заемных средств, т.е маржинальная торговля (табл. 1).

Следует отметить, что нет четких градаций стратегий по времени осуществления инвестиций. При этом временные горизонты по западным и российским меркам имеют существенные различия.

2. Торговые стратегии Хеджевых фондов (участник финансового рынка).

Хедж-фонд является одной из самых рискованных форм инвестирования, позволяющая за счёт применения определенных стратегий получать прибыль как на растущем, так и на падающем рынке. Хеджевые фонды не имеют особых ограничений в выборе инвестиционных стратегий и используют различные финансовые инструменты для получения высокой доходности. [3].

По мнению экспертов, практически 50% объема торговых операций на основных биржах мира приходится на хедж-фонды [2, с 25-27].

Таблица 1

Горизонты инвестирования в российской и мировой практике

Тип инвестора	Горизонт инвестирования	
	Российская практика	Мировая практика
Долгосрочный инвестор	3-5 лет	15-30 лет
Среднесрочный инвестор	1-3 года	5-15 лет
Краткосрочный инвестор	0,5 – 1 год	1-5 лет
Спекулянт	До 0,5 года	До 1 года

Источник: составлено автором по материалам[1]

Прежде чем принять инвестиционное решение, сформировать структуру портфеля акций, определить будущую доходность ценных бумаг - инвесторы используют два вида анализа: технический и фундаментальный.

1. Под техническим анализом, подразумевается изучение внутренней информации фондовой биржи, что складывается в результате динамики рынка (объемы сделок, уровни курсов акций). Технические аналитики определяют момент, когда акции, группы акций или рынок в целом окажутся оцененными или переоцененными, на основе прошлого опыта. Существует две инвестиционные стратегии (оценивают полезность данного анализа) представлены на рисунке 1.

В данной стратегии, изучается доходность акций на конец периода для определения возможных вариантов продажи или покупки акций.

- стратегии скользящей и разрыва линии.

В итоге, при эффективном рынке средняя доходность за дни покупок и дни продаж должна быть приблизительно нулевой. Если окажется, что между ними будет разница, то технический анализ - пригоден.

2. Фундаментальный анализ.

Аналитики заинтересованы в получении будущих доходов и дивидендов. Они исследуют закономерности, которые будут действовать в будущем.

Цель фундаментального анализа состоит в том, чтобы определить уровень финансовых показателей и требований в отношении дохода фирмы. Результаты прогноза дохода фирмы позволяют определить уровень дохода ее акционеров.

Для того чтобы подтвердить или опровергнуть гипотезу о доходности торговых стратегий, необходимо провести сравнительную характеристику инвестиционных стратегий по данному критерию. Также надо определить активность/пассивность стратегий (из этого можно сделать вывод о зависимости доходности операций от активности их проведения).



Рисунок 1. Характеристика инвестиционной стратегии.

Источник: составлено автором по материалам [4].

Существует два критерия для построения торговых стратегий:

- одним из важных критериев, является доходность. Эффективность инвестиционной стратегии, измеряется способностью приносить доход.
- пассивная стратегия работает по принципу «купи и держи». Стратегия не проводит активных операций на фондовом рынке, поэтому невыгодны краткосрочные операции. При осуществлении данной стратегии инвестор не обращает внимания на колебания курсовой стоимости акций. Он наблюдает все взлеты и падения цен, рассчитывая на долгосрочный рост стоимости акций. Стратегия эффективна в условиях растущего рынка при плавном росте цен. [1, с. 52].

Данная стратегия может дать инвестору хороший результат на фоне растущего рынка (когда на протяжении длительного периода времени цены на акции, входящие в портфель, плавно росли).

- активная стратегия работает по принципу периодической корректировки портфеля при помощи активной купли-продажи акций.

Однако важно подчеркнуть, что только очень опытные инвесторы, придерживающиеся концепции активного инвестирования, добиваются потрясающих результатов, поскольку для того, чтобы совершать успешные операции, инвестор, безусловно, должен обладать знаниями фундаментального и технического анализа, быть в курсе последних новостей и обладать навыками проведения операций, в том числе с использованием брокерского кредита.

Исследование экспертов о доходности пассивных и активных стратегий на российском фондовом рынке показало, что доходность активной стратегии во много раз превышает пассивную [1, с. 53].

Некоторые из стратегий гарантируют доходность от 100% до 400% годовых, но обязательно такую тенденцию нужно доказать с помощью практического применения стратегии. Эффективность любых из стратегий зависит от динамики рынка. Данная зависимость объяснима, так как предугадать точный рост или спад рынка практически невозможно. Лишь аналитические исследования - позволяют инвесторам спрогнозировать движения рынка и выбрать правильную инвестиционную стратегию, по которой они будут действовать.

Обязательно нужно учитывать, что в кризисный период инвесторам следует быть особенно осторожным и внимательным при проведении операций с ценными бумагами, так как многие инвестиционные решения могут оказаться неудачными, и инвестор получит отрицательную доходность. Очень важным при этом является выбор сигнала о покупке-продаже акций, которым будет руководствоваться инвестор. [4, с. 876].

На зарубежных фондовых площадках давно используется системный и механический трейдинг. Зачастую источником убытков являются чрезмерные эмоции трейдеров. А механический подход избавляет трейдеров от необходимости принимать торговые решения под давлением эмоций. Оттестированный алгоритм фиксирует убытки, не позволяя тем трейдерам проигрывать большие суммы. Четко прописанные стратегии позволяют моментально совершать операции на рынке, обгоняя в скорости человеческие возможности совершения сделок. При этом определенный риск в стратегиях все же присутствует, но его величина держится под строгим математическим контролем.

Ниже представлена сравнительная характеристика инвестиционных стратегий участников финансового рынка (таб. 2).

Таблица 2

Сравнительная характеристика нескольких инвестиционных стратегий участников финансового рынка

Торговые стратегии	Принцип действия	Доходность	Критерий активности проведения операций
«Интрадей»	Торговля в течение одной сессии (одного дня). Получение прибыли за счет изменения цен на акции	В зависимости от текущей динамики рынка	Активная
Среднесрочное инвестирование	Покупка акций при значительном росте рынка и фиксирование полученной прибыли при его падении	Высокая	Активная

Долгосрочное инвестирование	Формирование долгосрочного портфеля - диверсификация	Высокая	Пассивная
Статистический арбитраж	Инвестиционные операции на основе «back-testing»	В зависимости от текущей динамики рынка	Активная
Короткие позиции	Получение дохода при падении рынков	Высокая	Активная
Арбитраж по облигациям	Получение дохода при ценовых расхождениях облигаций	Фиксированная	Пассивная
Макроэкономическая стратегия	Получение дохода при стоимостных изменениях котировок акций	В зависимости от текущей динамики рынка	Активная

В представленной таблице, мы видим, что краткосрочные спекулятивные стратегии получают высокий доход из-за рыночной волатильности и возможности получить доход от активных операций на фондовом рынке. Долгосрочные же стратегии больше подвержены риску низкой доходности, так как нельзя однозначно утверждать о положительно либо отрицательной динамике финансового рынка. [1, с. 98].

Пример торговой стратегии на фондовой бирже

Рассмотрим пример покупки CFD акций McDonald's при данных торговых условиях:

- Депозит - 2000 USD
- Кредитное плечо - 1:10
- Валюта депозита - USD
- Период инвестирования - 1 год

Проведем инвестирование в акции McDonald's на период 1 год, став инвестором 100 акций по цене 79,90. При этом кредитное плечо составляет 1:10, из этого следует что, сумма залоговых средств составляет в 10 раз меньше, а именно $7990 / 10 = 799$ USD. [6].

В течение нескольких лет в период с января 2010-2014 стоимость акций росла, из этого верным решением является продажа акций. Цена акции на время фиксации прибыли составила 97,63 USD за одну акцию [6].

Прибыль составляет:

- Купили за 79,90 USD
 - Продали за 97,63 USD
- $97,63 - 79,90 = 17,75$ USD – прибыль с 1 акции
 $17,75 * 100 = 1775$ USD – прибыль с 100 акций

Несмотря на долгосрочную пассивную торговую стратегию на фондовом рынке, она все равно показала высокую доходность инвестирования.

Проанализировав эффективность основных стратегий можно прийти к выводу о том, что в период нестабильности на рынке стоит сочетать различные виды стратегий. В период роста цен на финансовые активы нужно придерживаться активной инвестиционной стратегии и

иметь сбалансированный портфель, в кризисный период инвестору следует воспользоваться снижением цен, для того чтобы приобрести акции дешево и покинуть рынок. Занимая выжидательную позицию (как при пассивной стратегии), инвестор, обязан проанализировать рынок для того, чтобы определить наиболее благоприятный момент для осуществления операций. В отношении временного горизонта следует сделать выбор в пользу краткосрочного инвестирования, так как в период кризисных явлений составить прогноз на долгосрочную перспективу практически невозможно.

В заключении можно сказать, что доходность торговых операций напрямую зависит от выбранной инвестиционной стратегии. При этом не всегда краткосрочная стратегия гарантирует высокую доходность, а долгосрочная - низкую.

Список литературы

1. Кашина О. И., Сравнительный анализ инвестиционных стратегий участников фондового рынка / О. И. Кашина — Уфа: Лето, 2011. — С. 53-56. [Электронный ресурс] URL: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/11/1016/> (Дата обращения 28.04.2015)
2. Минаев С. Фонды решают все// Власть. — 2013. - №11. С.25-27
3. «Хедж-фонды и их инвестиционные стратегии» - М., 2014. — [Электронный ресурс] URL:<http://www.seftonfund.com/sefton2rus/index.php>
4. Шарп У., Александер Г., Бэйдли Дж. ИНВЕСТИЦИИ: Пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2004. — XII, 1028 с.
5. Клумов Г. Спекулятивный капитал, деривативы, хедж-фонды (основные этапы формирования и пути дальнейшего развития) // Экономическая политика. — 2012. - №5. С.154-171
6. CFD акций McDonald's 2008 – 2015 г. [Электронный ресурс] URL: <http://ru.investing.com/equities/mcdonalds>

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ СПРЕДОВ В Г. ВЛАДИВОСТОКЕ

Смертина Елена Семёновна

кандидат технических наук, доцент, Дальневосточный Федеральный Университет, г. Владивосток

Кузнецова Евгения Андреевна

студентка, направление: «Товароведение», Дальневосточный Федеральный Университет, г. Владивосток

RESEARCH OF PREFERENCES OF CONSUMERS AT THE CHOICE OF SPREADS IN VLADIVOSTOK

Smertina Elena Semyonovna, Candidate of Technical Sciences, associate professor, Far Eastern Federal University Vladivostok

Kuznetsova Evgenia Andreevna, student, direction: "Merchandizing", Far Eastern Federal University, Vladivostok

АННОТАЦИЯ

Изучение потребительского спроса на пищевые продукты играет немаловажную роль, так как позволяет оценить соотношение спроса и предложения, а также потенциал продукта на рынке, что обеспечивает возможность для продавцов максимально выгодно реализовать товар. Для изучения предпочтений потребителей был использован метод одномоментного анкетирования. Нами была разработана анкета, содержащая вопросы, которые дают представление о современных предпочтениях реальных потребителей. Результатом анализа полученных данных стала оценка потребителями спредов, реализуемых в г. Владивостоке.

ABSTRACT

Studying of a consumer demand for foodstuff plays an important role as allows to estimate a ratio of supply and demand, and also product potential in the market that provides opportunity for sellers most favourably to realize goods. For studying of preferences of consumers the method of one-stage questioning was used. We developed the questionnaire containing questions which give an idea of modern preferences of real consumers. The assessment by consumers of the spreads realized in Vladivostok became result of the analysis of the obtained data.

Ключевые слова: предпочтения потребителей; спреды; анкетирование; респондент; рынок.

Keywords: preferences of consumers; spreads; questioning; respondent; market.

Как показывает зарубежный промышленный опыт, а также результаты отечественных научных исследований, спред - продукт здорового питания, обладающий высокими потребительскими свойствами, и именно на этом основании составляет конкуренцию сливочному маслу.

По статистическим данным в ассортименте спредов преобладают высокожирные и среднежирные растительно - сливочные спреды. Доля сливочно - растительных высокожирных спредов за последние 4 года снизилась почти в 2 раза, а среднежирных, наоборот, увеличилась [2, с.32].

В настоящее время из-за большого разнообразия продуктов питания и, в условиях растущей конкуренции необходимо изучать и анализировать потребности современных потребителей, их мнение и оценку новой продукции.

С данной целью нами было проведено исследование спроса потребителей на спреды в торговых сетях г. Владивостока путем одномоментного анкетирования.

Число респондентов определялось по формуле [1, с.14]:

$$n = (N * A^2 * p * w \div N * A^2 + t^2 * p * w) - 1,5\%, \quad (1)$$

где N – объём генеральной совокупности (603 тыс. человек – население г. Владивостока), p – генеральная доля (0,95), w – выборочная доля (1), t – критерий достоверности (2,3), A – предельная ошибка выборки (0,05).

Анализируя социально – демографическую принадлежность респондентов (таблица 1) можно сделать вывод, что большинство опрошенных составили женщины - 66%, мужчины составили примерно 1/3 респондентов. Большая часть опрошенных (43%) – молодые люди в возрасте от 18 до 25 лет. Далее – от 36 до 45 лет (20%). За ними следуют люди в возрасте от 26 до 35 лет (17%) и от 45 до 60 лет (14%), и, всего 6% составили респонденты в возрасте старше 60 лет. Учитывая то, что большинство опрошенных респондентов – молодые люди в возрасте от 18 до 25 лет, предсказуемо то, что студенты в опросе составили 39% от общего числа респондентов.

Таблица 1

Распределение респондентов по социально – демографическим признакам

Социально- демографический признак	Категория	% от числа опрошенных
Пол	мужской	34
	женский	66
Возраст	От 18 до 25 лет	43
	От 26 до 35 лет	17
	От 36 до 45 лет	20
	От 45 до 60 лет	14
	Свыше 60 лет	6
	Студент	39
Сфера деятельности	Работник сферы торговли	12
	Работник сферы образования	6
	Медицинский работник	5
	Работник в сфере политики	4
	Предприниматель	9
	Безработный	4
	Пенсионер	4
	Другое	17

На вопрос заменяют ли потребители сливочное масло спредами 38 респондентов ответили, что заменяют, 58 - этого не делают и 10 человек указали свой вариант ответа. Причиной, по которой российские потребители заменяют сливочное масло спредами, может служить их более низкая цена в сравнении со сливочным маслом, также в производстве спредов часто используются функциональные пищевые добавки, например жирорастворимые витамины, омега 3 и омега 6.

Градации определяющих факторов при выборе спредов (рис.1) распределяется следующим образом: большинство опрошенных респондентов поставили на первое место состав спредов, дальше следует объём, марка, внешний вид упаковки, массовая доля жира; цена, обогащение продукта витаминами и вид спреда набрали лишь 1 – 2%.

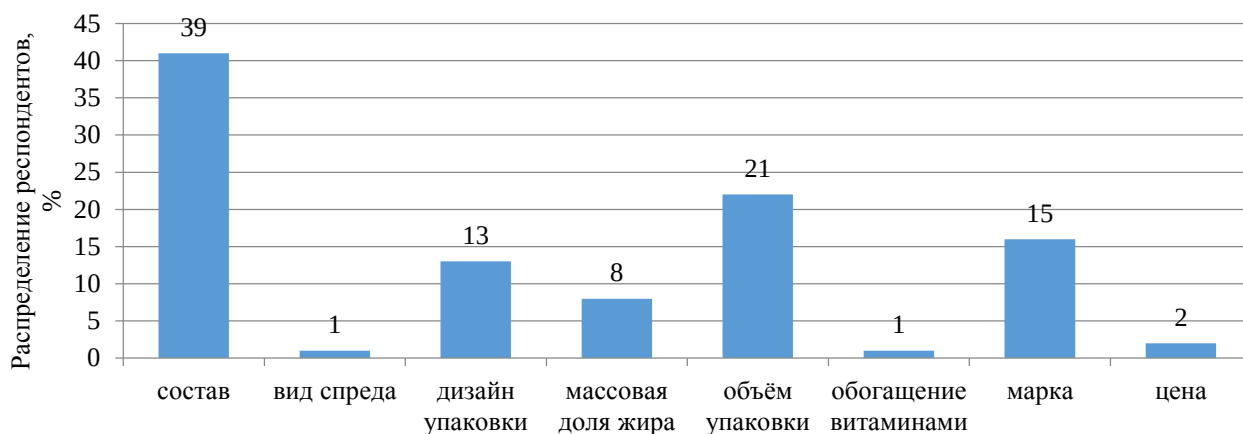


Рисунок 1. Долевое распределение респондентов по наиболее значимым для них факторам при покупке спредов

Если говорить о положительных свойствах спредов, можно отметить, что наиболее значимым для респондентов является то, что спреды – это диетический продукт, также, несмотря на то, что цена не является основным фактором при выборе, респонденты отметили, что спред имеет более низкую стоимость, по сравнению со сливочным маслом.

Большая часть опрошенных отдадут предпочтение иностранным маркам спредов («Rama» - 41%). Между

остальными брендами голоса распределились примерно одинаково (рис.2).

При выборе какой – либо марки спредов больше половины респондентов (57%) руководствуются своими вкусовыми ощущениями. Для трети опрошенных также имеет значение производитель продукта. И всего 7% опрошенных руководствуются пользой для здоровья при выборе спреда (рис.3).

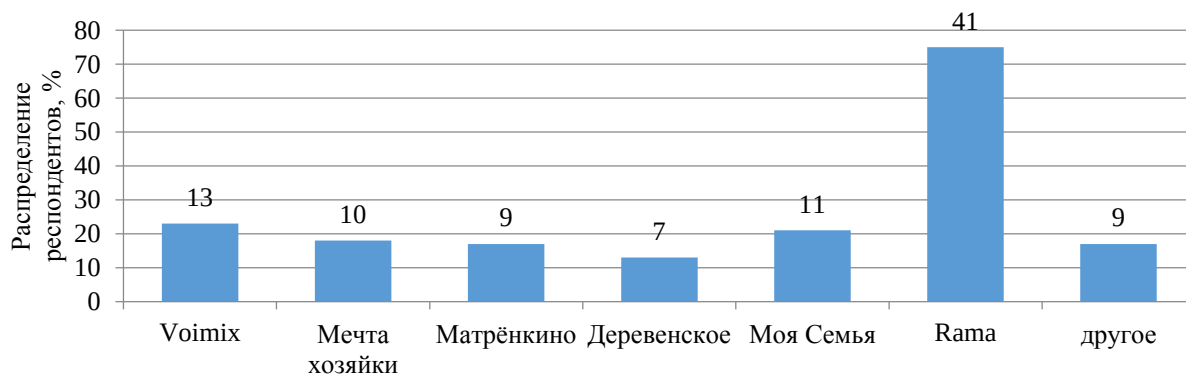


Рисунок 2. Долевое распределение респондентов в зависимости от предпочитаемой марки спредов

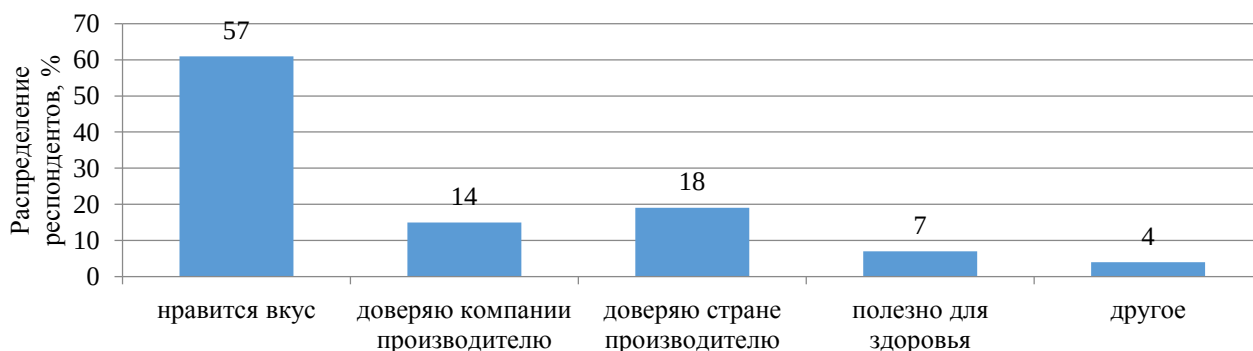


Рисунок 3. Долевое распределение респондентов в зависимости от причины покупки определённой марки спредов

Чтобы оценить степень осведомленности потребителей, было предложено оценить степень собственной информированности о пользе употребления спредов с функциональными добавками. Почти половина опрошенных не считают себя достаточно квалифицированными для обоснованной оценки своих знаний о функциональных добавках в спредах, поэтому затруднились дать однозначный ответ. Ещё 26% ничего не знают о функциональных добавках в спредах.

Так как одной из целей работы являлось изучение ассортимента спредов г. Владивостока, мы выяснили какую оценку дают респонденты наличию данного продукта в торговых сетях г. Владивостока. Из данных опроса можно сделать вывод, что спреды можно найти практически во всех продуктовых магазинах города, без учета объема реализуемой продукции. Также следует отметить, что по мнению большинства респондентов (75%) ассортимент представленный в магазинах г. Владивостока можно оценить, как «широкий». Не смотря на то, что респонденты оценили представленный ассортимент как «широкий», проведенные нами исследования показали, что все

спреды, представленные в торговых сетях г. Владивостока являются растительно – жировыми и их количество не превышает восьми наименований.

Спред является самостоятельным продуктом, однако в России не пользуется такой популярностью, как в Европейских странах. Возможно, это связано с тем, что во время появления спредов на российском рынке этот продукт не воспринимался как самостоятельный, а приравнивался к маргарину или фальсификату сливочного масла. Однако с момента появления спреда на российском рынке объем производства данного продукта значительно увеличился, что говорит о том, что спрос на спреды растёт.

Литература

1. Напалкова А.А. Методический подход к исследованию предпочтений потребителей / А.А.Напалкова // Интернет журнал Науковедение. – 2013. - №5. – 20с.
2. Вышемирский, Ф.А. Производство спредов в России / Ф.А. Вышемирский // Сыроделие и маслоделие. - 2013. - №3. – 46с.

УЧЕТ ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ РАБОТНИКАМ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ

Дьяконова Ольга Семеновна

к.э.н, доцент Государственного Университета Управления, г. Москва

Куриленко Ольга Сергеевна

магистрант Государственного Университета Управления, г. Москва

ACCOUNTING FOR EMPLOYEE BENEFITS BY INTERNATIONAL STANDARDS

Dyakonova Olga, Candidate of Science, associate professor of State University of Management, Moscow

Kurilenko Olga, MA student of State University of Management, Moscow

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается регламентация учета вознаграждений работникам по стандарту МСФО IAS 19 «Вознаграждения работникам» (Employee benefit). Особое внимание уделено структуре и классификации видов вознаграждения, порядку отнесения затрат по вознаграждениям, границам применения стандарта.

ABSTRACT

The article deals with the regulation of accounting for employee benefits under IFRS IAS 19 "Employee Benefits". Particular attention is paid to the structure and classification of types of remuneration, allocation of costs on the order of Remuneration Limits of application of the standard.

Ключевые слова: Стандарт МСФО IAS 19 «Вознаграждения работникам», краткосрочные обязательства, долгосрочные обязательства, дисконтирование, актуарные расчеты.

Keywords: IAS 19 "Employee Benefits", current liabilities, long-term liabilities, discounting, actuarial calculations.

В международной практике бухгалтерского регулирования – GAAP и МСФО - тема оценки, учета и раскрытия в отчетности затрат и обязательств по вознаграждениям работников разрабатывается и применяется достаточно давно.

Международный стандарт финансовой отчетности IAS 19 «Вознаграждения работникам» (Employee benefits) [3] регулирует отражение в учете и отчетности расчетов с работниками. Стандарт действует применительно к финансовой отчетности за периоды с 1999 года (с возможностью досрочного применения) и был выпущен на замену стандарта IAS 19 «Пенсионные выплаты» (Retirement Benefit Costs), утвержденного в 1993 году.

Стандарт обязывает предприятия признавать в учете и раскрывать в отчетности в части вознаграждений работников, с одной стороны, обязательств (если вознаграждение за услугу, оказанную работником, подлежит выплате в будущем), так и расхода (если предприятие получает экономическую выгоду в результате услуги, оказанной работником за вознаграждение)

Границы применения Стандарта – все вознаграждения работника, за рамками остаются вознаграждения, регулируемых IFRS 2 «Выплаты на основе долевых инструментов» (Share-based Payment).

Также рамки Стандарта ограничиваются отчетностью работодателя и не рассматривают отчетность по пенсионным планам (это регулируется IAS 26 «Учет и отчетность по программам пенсионного обеспечения (пенсионным планам)» (Accounting and Reporting by Retirement Benefit Plans)). Права и обязательства работодателей по программам вознаграждения работникам следует отделять от финансовых инструментов, регулируемых IAS 32 «Финансовые инструменты — представление информации» (Financial Instruments: Presentation).

Вознаграждения могут возникать исходя из:

1. формального договора предприятия с работником,
2. требований законодательства или договора о перечислении взносов в пенсионные, страховые и иные планы,
3. сложившейся практики, то есть в качестве вмененного обязательства, когда основанием служит прошлая практика, публикуемая политика или достаточно конкретное текущее заявление работодателя о принятии такого обязательства, если компания создала у работников обоснованные ожидания их выполнения. (Вмененные обязательства (constructive obligations) более детально описаны в IAS 37 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» (Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets)). Чаще всего подобная практика распространена в отношении премий, дополнительных отпусков и других льгот (в том числе не денежных). Достоверная оценка таких обязательств возможна на основе практики прошлых лет, при отсутствии практики предприятие

вынуждено оценивать вмененные обязательства исходя из оценки потенциального конфликта с сотрудниками в случае невыполнения вмененного обязательства.

Вознаграждения по международным стандартам предоставляются путем выплат или предоставления товаров и услуг работникам или их иждивенцам, либо сторонним лицам (страховых компаниям, пенсионным фондам).

Обязательства по участию в прибыли относятся к сфере применения IAS 19, если они связаны с услугами, оказанными работниками, а не в результате их операций с владельцами компании. Соответственно, в этом случае такие вознаграждения относятся на затраты (в соответствии со схемой отнесения на затраты), а не считаются как распределение прибыли.

С точки зрения особенностей учета, применимого инструментария и временного отношения к трудовой деятельности, отдельные виды вознаграждений структурированы на: краткосрочные и долгосрочные вознаграждения, вознаграждения после окончания трудовой деятельности и выходные пособия, как показано в Таблице 1.

Вознаграждения работникам в пределах срока действия (не прекращенных) отношений с точки зрения деталей учета зависят от срока их исполнения, то есть, как долгосрочные классифицируются обязательства, подлежащие выплате в течение более 12 месяцев, так и обязательства, связанные с услугами, оказанными в предыдущие периоды, например, отпуска и другие льготы за выслугу лет.

Таблица 1

Классификация видов вознаграждений по МСФО (IAS19 и IFRS).

№	Отношение к трудовой деятельности	Инструментарий	Вид вознаграждения
1	В период трудовой деятельности	Без дисконтирования	Краткосрочные вознаграждения (short-term employee benefits)
2	По окончании - однократно	Как правило, без дисконтирования	Выходные пособия (Termination benefits) – дисконтируются, когда пособие выплачивается с задержкой более 12 месяцев
3	По окончании - долговременно	С применением дисконтирования	Пенсионные планы с фиксированной выплатой (Post-employment benefits: defined contribution plans) – актуарные и финансовые риски за счет работника.
4	В период трудовой деятельности	С применением актуарных расчетов и дисконтирования (упрощенная схема)	Прочие долгосрочные вознаграждения (other long-term employee benefits)
5	По окончании - долговременно	С применением актуарных расчетов и дисконтирования (полная схема)	Пенсионные планы с фиксированной выгодой (Post-employment benefits: defined benefit plans) – актуарные и финансовые риски за счет работодателя.
6	В период трудовой деятельности	С оценкой по справедливой стоимости	Выплаты на основе долевых инструментов (Share-based payment) – начиная с годовых отчетов с 2005 года, данный регламент выделен в отдельный Стандарт IFRS 2

Также для долгосрочных вознаграждений применяется механизм оценки обязательств с применением актуарных допущений и учета стоимости услуг прошлых периодов.

Для долгосрочных пособий по нетрудоспособности (незапланированному событию), если его уровень зависит от трудового стажа, обязательство возникает в момент предоставления услуг работником, а если не зависит – то

в момент наступления события, приведшего к нетрудоспособности.

Подобный же принцип применим ко многим видам отсроченных вознаграждений (отпуска), то есть если размер или факт предоставления вознаграждения связан с продолжительностью работы, то их следует признавать в момент оказания услуг работником, а если нет, то с

наступлением события, наступление которого потребовало осуществить данную выплату (создало у работника право на нее).

В частности, наиболее распространенным и известным применением такого подхода является создание резерва предстоящих отпусков, когда сумма затрат зависит от проработанного времени в течение года.

Относительно пенсионных планов Стандарт применяется независимо от того, учреждается ли для его обслуживания отдельное юридическое лицо или нет. Также Стандарт применим, если пенсионный план принадлежит группе работодателей, в том числе независимых (это не совместно управляемые пенсионные планы с единым администрированием, а один план с пропорциональными долями в обязательствах, активах и затратах).

Дисконтирование обязательств производится на дату отчетности по рыночной ставке доходности высококачественных корпоративных обязательств, а при их отсутствии – государственных облигаций. Следует пользоваться ставками в той же валюте, в которой выражено обязательство по вознаграждению, и на тех же расчетных условиях. [1]

Критерий качества (рейтинг) облигаций формально не установлен [8], для российской практики следовало бы ориентироваться на облигации федерального займа (ОФЗ), так как высококачественных корпоративных эмитентов нет в принципе, а крупнейшие корпорации с государственным участием по определению не могут иметь рейтинг выше суверенного.

Актuarные расчеты («страховая математика») применяются к долгосрочным обязательствам с фиксированными выплатами, это наиболее «тяжеловесная часть» IAS 19:

1. производится актуарная (демографическая и финансовая) оценка будущих выплат,
2. будущие выплаты и стоимость прошлых услуг дисконтируются методом прогнозируемой условной единицы,
3. определяется справедливая стоимость активов плана и сумма актуарных прибылей и убытков,
4. итоговая прибыль (убыток) плана признается при секвестре или окончательном выполнении обязательства.

Для учета «прочих долгосрочных вознаграждений» применяется несколько упрощенный метод учета, по сравнению с учетом пенсионных планов, учитывая относительную меньшую степень неопределенности будущих выплат при продолжающейся занятости работников, чем после прекращения отношений:

- актуарные прибыли и убытки признаются немедленно, и без ограничения [4]
- вся стоимость услуг прошлых периодов признается немедленно.

Российский регулятор (Центральный банк) и профессиональное сообщество демонстрируют готовность к практическому применению продвинутых положений IAS 19:

1. принят Закон «Об актуарной деятельности в Российской Федерации» от 2 ноября 2013 г. N 293-ФЗ [5],
2. проводится аттестация актуариев и ведется реестр,
3. действуют партнерства «Ассоциация Профессиональных Актуариев» (www.actuary.ru). "Гильдия актуариев" (www.guildofactuaries.ru) и другие,
4. актуарии предлагают в том числе услуги специально для применения МСФО/ US GAAP [2, 7].

Отнесение затрат по вознаграждениям отражается одновременно с признанием обязательства и производится на расходы периода, кроме случаев, когда отдельные Стандарты требуют или разрешают включать в себестоимость актива. В IAS 19 есть прямая ссылка на IAS 2 «Запасы» (Inventories), IAS 16 «Основные средства» (Property, Plant and Equipment), также возможность капитализации вознаграждений прямо или косвенно допускается IAS 38 «Нематериальные активы» (Intangible Assets), IFRS 3 «Объединения бизнеса» (Business Combinations) и IFRS 6 «Разведка и оценка запасов полезных ископаемых» (Exploration for and evaluation of Mineral Resource).

Таким образом, действующий состав МСФО вполне адекватно отражает как многообразие бизнес-технологий и лучшие мировые практики по расчетам с работниками, так и непрерывное развитие передовой бухгалтерской методологии.

Литература

1. Агеева О.А., Ребизова А.Л. Международные стандарты финансовой отчетности. Теория и практика: учебник. - М. Издательство Юрайт, 2014.
2. Котляров О.Л.. Пенсионные планы и прочие долгосрочные вознаграждения работникам: практика перехода на новую редакцию МСФО (IAS)19. Актuarные расчеты. – режим доступа: <http://www.embc.ru/>. Дата публикации: 5 сентября 2013.
3. Международные стандарты финансовой отчетности: официальный текст на русском языке. - Москва, Аскери-ACCA, 2013.
4. Ткач А. Актuarная оценка социальных обязательств компании. «Финансовый Директор» - 2 июня 2008.
5. Федеральный закон Российской Федерации от 2 ноября 2013 г. N 293-ФЗ "Об актуарной деятельности в Российской Федерации" // Российская газета - 6 ноября 2013 г.
6. Цигельник М.А., Правила признания обязанностей по вознаграждениям работникам в IAS 19. «Финансовые и бухгалтерские консультации» - 2008, № 4.
7. Шоломицкий А.Г.. Актuarная оценка пенсионных планов для целей МСФО. «Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты». - 23 июля 2010.
8. IAS 19 — Discount rate: High Quality Corporate Bonds and regional market / currency zone. IFRS Interpretations Committee July 2013, Scheduled meeting of the IFRS Interpretations Committee, 16 and 17 July 2013, London. – режим доступа: <http://www.ifrs.org/Meetings/Pages/InterpretationsJuly2013.aspx>

ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ В ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кырма Ксения Ивановна

магистрант 2 курса Гуманитарного Университета, направления «Экономика», факультета «Бизнеса и управления», г. Екатеринбург

THE PROBLEM OF INVENTORY MANAGEMENT IN THE PROCUREMENT ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Kyrma Ksenia Ivanovna, 2nd year undergraduate Humanities University, "Economics" faculty "Business and Management" Ekaterinburg

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме – управлению запасами в закупочной деятельности предприятия. Состояние запасов оказывает сильное влияние финансовое состояние предприятия, его конкурентоспособность и другие немаловажные показатели. Недостаточная научная проработанность и большая практическая значимость совершенствования системы управления процессами закупок определяет актуальность данной работы.

ABSTRACT

The article is devoted to date problem - inventory management in the procurement activities of the enterprise. Status of stocks has a strong influence financial condition of the company, its competitiveness and other important indicators. Lack of scientific soundness and great practical importance of improving the management of procurement processes determines the relevance of this work.

Ключевые слова: управление запасами; закупочная деятельность; процессы закупки; минимизация запасов; эффективность управления запасами.

Keywords: inventory management; procurement; procurement processes; minimization of stocks; the efficiency of inventory management.

Управление запасами наравне со складированием, транспортировкой и производством - одно из важных составляющих в последовательности процессов, за счет которых ресурсы трансформируются в готовую продукцию, соответствующую запросам потребителей. Эффективность закупочного процесса на предприятии подразумевает согласованность действий всех сотрудников фирмы в различных подразделениях.

Совокупные цели функции закупок заключаются в том, что фирма должна получать необходимое количество сырья соответствующего качества, в нужном месте и в нужное время, от надежного поставщика и по приемлемой цене.

В условиях нынешней системы торговли для того чтобы удержать потребителей стало необходимым поддержание расширенного ассортимента товаров в магазинах, предоставление высокого уровня сервиса. Разнообразие ассортимента и удовлетворение спроса, размеры и структура товарных запасов, быстрота их реализации, качественные и количественные потери товаров, выполнение плана товарооборота и других показателей торговой деятельности зависят от организации системы закупок на предприятии. В целях совершенствования и оптимального расходования денежных средств, руководителям любых предприятий необходимо постоянно совершенствовать закупочную деятельность и повышать уровень компетенций своего персонала.

Для эффективной работы предприятий в сфере торговли в условиях современной нестабильной экономической ситуации, необходимо совершенствовать использование внутренних ресурсов. При этом у предприятия выполняют две основные функции: повышение эффективности использования внутренних ресурсов и приспособляемость к новым внешним факторам. Одной из проблем осу-

ществления этих функций является повышение эффективности управления запасами. Немалые средства, которые вкладываются в запасы, усугубляют проблему управления и требуют ее решения в первую очередь. Управление запасами составляют часть системы управления предприятием в сфере торговли, соответственно их совершенствование характеризуется величиной затрат, образующихся при управлении запасами. В последнее время организации, анализирующие свои издержки, обращают внимание на излишние запасы материальных ресурсов, скопившиеся за годы деятельности, которые лежат на складах, теряя свою стоимость, и фактически замораживают вложенные в них оборотные средства.

В связи с тем, что цены на ресурсы растут, в поставки включается все больше посредников, рынок сбыта быстро изменяется, так и на рынках снабжения, затраты, связанные с закупками могут составлять более 50% в составе конечной себестоимости промышленных предприятий. Эти факторы увеличивают значимость системы управления процессами закупок.

Проведенные исследования показали, что большинство работ, в которых анализировалась закупочная деятельность предприятия, делают акцент на отдельных показателях, несвязанных между собой, либо излишнее внимание уделяют проблемам управления запасами, и кроме всего прочего, не дают существенные рекомендации для анализа, совершенствования и построения системы управления закупками. Нет четко разработанных инструментов для оценки процессов закупки, для обоснования выбора поставщика в условиях нестабильной экономики и в непостоянной потребности в товарно-материальных ценностях. Из-за явно выраженной необходимости комплексного подхода к совершенствованию системы управления закупками, стоит первоочередная задача при-

менения новых методик. В связи с этим становится особенно актуальным применение методологии контроллинга, которая, в условиях перехода большинства промышленных предприятий к децентрализованной модели управления закупками, позволяет координировать работу разных подразделений в процессе закупки, и способствует информационной прозрачности системы управления закупками для руководства предприятия.

Минимизация товарных запасов в приоритет ставит принцип «любой запас – потеря». Запас, следуя этой стратегии управления, представляется уровнем воды, которая скрывает основную часть айсберга проблем предприятия. Стоит только попробовать уменьшить данный уровень, как становится ясно, что ещё остаётся много нерешенных проблем в области закупок и поставок. Это японское виденье данной проблемы.

Запас отражает невидимую угрозу и позволяет прятать недостатки его работы. Минимизируя товарные запасы не сразу, устраняя одну проблему за другой в поставках, закупках и планировании, можно снижать уровень воды все ниже и ниже до тех пор, пока его уже нельзя будет опустить в силу непреодолимых факторов. Низкий запас товаров – базис конкурентоспособного предприятия.

Запас, в некотором роде буфер, страховка от недобросовестных поставщиков, от неграмотного планирования, неумелого управления, неутешительных прогнозов. Чем спланированное прогнозирование спроса на продукцию, тем меньше заложенный страховой запас. Чем надежнее договор с поставщиками, чем удобнее его географическое место, тем меньше мы можем позволить иметь товарных запасов. Уменьшение товарных запасов ясно говорит нам о негативном отношении к запасу как таковому. Чем меньше запас, тем целостнее, точнее занимается работой предприятие. Если запас очень большой, то это означает, что процессы не достаточно чётко формализованы, и исходя из этого нужен большой буфер.

Уменьшение товарных запасов – современный подход при управлении данными запасами. Но слепое применение данного подхода в управлении может привести к огромным убыткам в продажах. Самым важным моментом при любой оптимизации товарных запасов является применение качественной системы управления товарными запасами. Если обратиться к XYZ анализу, то можно дать совет как минимизировать товарные запасы из группы X. Спрос постоянный, а это значит, что страховой запас может быть уменьшен.

Максимизация товарных запасов берет начало еще с незапамятных времен. Экстенсивный процесс развития, «возьми больше – кидай дальше», чем больше запасов у предприятия, тем более надежным, важным и успешным оно является. Высокая степень зависимости от поставщиков, потребителей, других контрагентов, практически полностью неформализованные бизнес-процессы – все это приводит к несовсем явной необходимости увеличения товарного запаса. Риски возрастают настолько, что потери заказчиков и продаж гораздо более вероятны при минимизации уровня запасов.

Однако для каких-то позиций, в частности ключевых, самых важных для предприятия принцип их максимизации может быть оправдан. Также при явно неблагоприятной окружающей среде, нестабильной политиче-

ской ситуации и в некоторых других моментах максимизация товарных запасов служит неплохим способом управления товарными запасами.

В случае XYZ-анализа для группы Z может быть рассмотрен принцип максимизации, если товары данной группы имеют особо важную ценность для покупателей или возможны какие-либо проблемы с поставкой таких товаров. Эффективное управление товарными запасами также предусматривает минимизацию товарных запасов группы Z в случае, если данные товары не служат необходимыми для предприятия, имеются аналоги-заменители. В каких-то моментах они могут быть безболезненно убраны из ассортимента.

В особенности, если процесс управления товарными запасами относит данные товары в группу CC по кросс-ABC анализу, то есть очень низкую по обороту и очень низкую по потенциальной прибыли.

Оптимизация товарных запасов находится в балансе между двумя методами рассмотренными выше. Успешно данный подход можно использовать в условиях достаточно стабильного спроса или допустимой хаотичности. В XYZ анализе данные товары видны в группе Y. В этой стратегии управления запасами может быть выстроен прогноз, от точности которого в значительной мере зависит уровень страхового запаса. Поэтому эффективное управление запасами согласно данному методу невозможно без грамотной системы управления запасами.

Увеличивая точность прогноза на небольшое количество процентов, можно значительно снизить средства, отложенные в страховых запасах. Исходя из этого, становится ясна необходимость изучения самых последних разработок в области прогнозирования потребительского спроса. Важное отличие минимизации от оптимизации товарных запасов заключается в уровне выполнения этого метода. В процессе оптимизации товарных запасов разработка охватывает только отдел закупок и планирования. В процессе минимизации невозможно обойтись без внедрения отделов, разработки бизнес-процессов, проверки на качество абсолютно всех звеньев цепочки поставок.

Эффективность управления запасами должна повышаться за счет применения разных подходов к управлению запасами для различных товарных позиций. За базис можно взять оригинальный XYZ-анализ, который должен быть у каждой уважающей себя системы управления товарными запасами. В соответствии с группой каждому товару назначается тип политики управления запасами: максимизация, минимизация или оптимизация. Следуя этой политике образуется нужный товарный запас или его отсутствие.

Оптимизация товарных запасов реалистична практически в автоматическом режиме, когда минимизация нереальна без процесса участия работника и взаимодействия различных отделов. И только лишь одновременное применение всех принципов в отношении различных номенклатурных групп в условиях реальной жизни может увеличить эффективность управления запасами, а это значит прибыльность предприятия и оборачиваемость товарных запасов.

Литература

1. Казаков К.А., Сергеев В.И. Разработка системы сбалансированных показателей логистики промышленной компании // Логистика и управление цепями поставок. - №4-5. - 2008.
2. Лайсонс К., Джиллингем М. Управление закупочной деятельностью и цепями поставок: Пер. с 6-го англ. Изд. - М.: ИНФРА-М, 2009.
3. Рыжова И.О. Практикум по логистике. - М.: ОИЦ "Академия", 2009.
4. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2010.
5. Фролова Т.А. Таганрог // Экономика предприятия: конспект лекций/: Изд-во ТРТУ, 2009.
6. Экономические основы логистики. Учебное пособие. Высшее образование / Моисеева Н.К. - М.: ИНФРА-М, 2010.

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ

Литвиненко Инна Леонтьевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, управление персоналом и маркетинг»
ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», г. Москва

THE SPECIFIC MANAGEMENT OF THE REGIONAL INNOVATION SYSTEM

Litvinenko Inna Leontjevna, Candidate of Economic Science, Assistant Professor of the Department "Economics, personnel management and marketing", Moscow State Humanities and Economics University, Moscow

АННОТАЦИЯ

Автор анализирует инструменты управления инновационной системы региона, изучает имеющиеся механизмы, раскрывается важность интенсификации применения данных инструментов в процессе развития региональной инновационной системы.

ABSTRACT

The author analyzes the instruments of governance of the innovation system of the region, exploring existing mechanisms, reveals the importance of intensification of the use of these tools in the development process of the regional innovation system.

Ключевые слова: управление регионом, экономика региона, развитие, региональная инновационная система, социально-экономическое развитие.

Keywords: regional management, economics of the region, development, regional innovative system, socio-economic development.

В современных условиях сложно представить процесс социально-экономического развития без обширного и планомерного использования результатов научно-технической деятельности, с опорой на инновации. Чтобы результаты научно-технической деятельности эффективно внедрялись и использовались, необходимо грамотно организовать инновационные процессы. Для этого необходимо построить жизнеспособную и эффективную систему, которая смогла бы взять на себя исполнение обозначенных функций.

В целом инновационная деятельность определяется научно-технической новизной, производственной применимостью и коммерческой реализуемостью, которые проявляются в эффективности инновационного процесса. При этом инновационный процесс рассматривается как процесс преобразования научных идей в инновацию, которая является воплощением научной идеи в практическую разработку, с использованием инновационной технологии [1, 2].

Выполнение определенных специфических функций в процессе управления реализацией инновационных проектов можно проводить с применением различных организационных форм управления, таких как координационная, линейно-программная, проектная и матричная [3].

Структура, основанная на координационном управлении проектами основывается на передаче части функций по координации и контролю от высших органов руководства к одному из наиболее активных участников проекта. Это может быть как определенный руководитель, так и целое подразделение или даже организация. При этом право принятия содержательных решений остается за высшими органами руководства. Для этой системы свойственно также создание специальных коллегиальных органов, таких как координационные комитеты, рабочие группы, советы по проектам и т.д.

Участниками таких групп являются представители всех (или наиболее важных) исполнителей проекта и потребителей результатов его выполнения. Структуры такого типа являются наиболее адаптивными и гибкими, а также не требуют значительных дополнительных расходов на управление. Их можно успешно применять в процессе управления реализацией комплексных, дискретных, а также слабо связанных проектов различных масштабов. При выполнении задач локального характера и проектов в рамках организаций, этот организационный механизм отличается простотой в построении и легкостью функционирования.

При линейно-программном управлении все исполнители проекта передаются в подчинение одному управляющему органу. При этом этот орган может уже существовать или быть специально созданным для выполнения проекта. После распределения полномочий формируется фактически новая организационная система. Это может быть комитет, управление либо другой орган, входящий в состав центрального и регионального ведомства. Такая структура управления оправдана только лишь если необходимо выполнить один или несколько сложных проектов, требующих больших затрат финансов и большого количества времени. Эта организационная форма отличается своей многофункциональной внутренней структурой и ориентацией на какую-либо специфическую цель. Этой системе также присущи централизация основных функций управления проектами и отсутствие возможности передачи руководства проектами на средний уровень управления системы.

Проектное управление является системой, при которой все трудовые, материальные, финансовые и энергетические ресурсы, необходимые для реализации процесса проектирования и создания новшества в обозначенный период времени, в пределах запланированных трат и с заданным качеством, используются в совокупности. Такая форма организации управленческого процесса показывает максимальную эффективность при решении проблемных задач, которые связаны с изменением целей организации или с изменением способов и путей их достижения. Для решения конкретной задачи в проектной структуре создается рабочая группа, которую после завершения работ над проектом расформировывают. Весь задействованный персонал и ресурсы, которые ранее были привлечены к работе, возвращаются в свои подразделения.

Матричная структура управления во многом похожа на координационную. Иногда происходит так, что одного лишь выделения головной организации, которая обладает только координационно-управленческими полномочиями недостаточно. В этой связи такая организация наделяется также и полномочиями по распределению ресурсов и контролем за их расходованием, корректировке существующих планов в связи с изменяющимися обстоятельствами, стимулированию участников проекта на качественное выполнение промежуточных результатов в срок. Это означает, что на организацию возлагаются дополнительные управленческие функции путем перераспределения полномочий и функций во всей управленческой системе. Это и отличает матричную систему от координационной.

Для обеспечения стабильного и динамичного курса развития региона, улучшения его социально-экономического положения, решения имеющихся проблем и преодоления присущих региону недостатков, необходима модификация имеющегося механизма управления регионом во всех направлениях, основой для которой будет служить инновационное развитие. К основным направлениям модификации механизма управления социально-экономическим развитием региона относят следующие направления:

1. Совершенствование системы стратегического планирования. Изменение приоритетных задач и целей в своем обосновании стратегических планов и

программ должно опираться на получение социального эффекта. Также необходимо проводить расчет социально-экономической эффективности для сравнения альтернативных вариантов, основываясь на всесторонней и объективной диагностике социально-экономического состояния региона.

2. Создание системы оценки и диагностики социально-экономической ситуации в регионе, имеющей в своем распоряжении единую методологическую базу и набор критериев для анализа системы условий, целей и факторов, способствующих эффективному социально-экономическому развитию. Более того, такая система должна иметь понимание того, как взаимодействуют между собой движущие силы трансформации управляющих воздействий и какие задачи перед ней стоят.
3. Активизация инвестиционных и инновационных процессов в регионе, а также разработка системы количественной и качественной оценки этих процессов, необходимой для целей стратегического планирования.
4. Построение отношений между регионами, основываясь на принципах сотрудничества, а также формирование в сообществах регионов социо-эколого-экономического мышления, которое предполагает не конкуренцию за ресурсы, а их рациональное и инновационное воспроизводство в расчете на одного человека в рамках страны и региона.
5. Обеспечение перехода к инновационной модели развития путем создания инновационной инфраструктуры и формирования конкурентоспособного наукоемкого производства.
6. Модернизация организационной структуры управления экономикой региона, учитывая составляющие менеджмента хозяйствующих субъектов и властных структур [3].

В условиях глобализации, стратегия лидирующих стран заключается в привлечении и удержании на своей территории талантливых людей и компаний, которые способны к генерации и воплощению новых концепций и идей. Это становится возможным благодаря предоставлению особых условий таким людям и компаниям для осуществления своей деятельности. Именно системе управления инновационными процессами отводится роль по созданию таких условий.

Исходя из классических представлений о проектировании управленческих систем, в первую очередь необходимо определить объект управления. В нашем случае таким объектом является региональная инновационная система (РИС). Под региональной инновационной системой понимают комплекс активно взаимодействующих между собой учреждений и различных организаций, которые находятся на территории региона и осуществляют процессы по созданию и распространению новых технологий. Также под РИС понимают организационно-правовые условия хозяйствования региона, которые определяются совместным влиянием научно-технической политики государства, которая проводится на федеральном уровне, и стратегии социально-экономического развития региона.

РИС обладает следующими характеристиками:

- региональная инновационная система связывает между собой такие сферы, как социально-экономическая политика региона, образование, наука, рынки и наукоемкая промышленность;
- должна быть устойчивой системой, чтобы в условиях возможной дестабилизации экономики она имела возможность нормально функционировать;
- должна иметь способность к интеграции в более продвинутое инновационные системы.

Во вторую очередь, при проектировании управленческих систем, необходимо поставить перед РИС определенную цель. Исходя из логики мирового развития, которая нашла свое отражение в заявлениях первых лиц и документах Российской Федерации, в качестве основного направления предполагается осуществить переход к "экономике знаний" или инновационной экономике. Принимая за основу утверждение о необходимости перехода региональной экономики на инновационный путь развития с помощью нескольких этапов, необходимо отметить, что развитие хозяйственных образований может проходить минимум двумя способами - интенсивно и экстенсивно. При первом способе применяются более эффективные факторы¹⁴, при втором - количественные факторы развития текущего научно-технического уровня¹⁵.

Проведение анализа состояния промышленности региона позволяет судить о предпочтительном назначении анализируемой территории как равноправного участника региональной инновационной системы. Такой анализ помогает не только определить центры инновационных разработок, но также и выделить сильные стороны региона в качестве производственной площадки. На основании этого анализа также впоследствии можно оценить вклад региона в общероссийский инновационный процесс. Определив тип региона, можно проследить следующие взаимосвязи:

1. В регионах с наименьшим инновационным развитием наибольший интерес для инновационной отрасли представляют механизмы административного регулирования. Они прежде всего выражаются в государственной помощи организационного характера, а также в прямом финансовом участии бюджета в процессе становления регионального инновационного развития.
2. В регионах с более развитым инновационным сектором в экономике на первый план выходят механизмы, которые стимулируют производство инновационного продукта. При этом важное значение имеет возможность практического применения инноваций в регионе, тем самым обеспечивая замкнутый цикл производства в рамках региона при условии наличия в этом регионе развитого промышленно-производственного комплекса.

Использование имеющихся ресурсов таким образом максимизируется, а импорт зарубежных инновацион-

ных технологий сокращается. При этом под импортом зарубежных инновационных технологий часто понимают закупку уже устаревших за рубежом технологий и производственных линий, которые не один год, а то и десяток лет отработали за рубежом, но при этом все же лучше имеющихся на данный момент в регионе. Они преподносятся как инновационные, в то время как на самом деле они всего лишь являются улучшениями уже существующего технологического процесса. Такую малопродуктивную практику можно убрать (или, как минимум, значительно сократить количество таких случаев) путем законодательного закрепления самой сути инноваций, а также создания заинтересованности в сотрудничестве друг с другом организаций, создающих инновационный продукт и организаций, внедряющих этот самый инновационный продукт.

К сожалению, в современных условиях большинство предприятий производственной сферы не проявляют должного интереса к внедрению инновационных продуктов, так как необходимы большие затраты на их внедрение, ведь продукты такого рода априори дороже уже интегрированных и долгое время использующихся технологий. Такая практика не способствует обеспечению заказами на проведение инновационных исследований организаций и лабораторий, занимающихся научной деятельностью. Результатом этого является парадокс, при котором инновации производятся, но их реализации в реальной жизни не происходит. Такое явление получило термин "инновации ради инноваций". Такой ситуации можно избежать с помощью так называемого "принуждения к инновациям"¹⁶ [4].

Говоря о продвижении продуктов инновационной деятельности на территории страны и региона, нужно иметь в виду, что одной лишь поддержкой предприятий, создающих инновационную и наукоемкую продукцию, обойтись не получится, ведь инновационный продукт лишь тогда оправдывает свое создание, когда он поступает в массовое производство и реализацию.

Исходя из вышесказанного, государственные и региональные власти должны проявлять интерес в том числе и к предприятиям, чья деятельность каким-либо образом связана с интеграцией и применением новых технологий на практике. Для Ростовской области такими предприятиями могут являться предприятия в сфере легкой промышленности, химической промышленности, обрабатывающие производства, сельхозпредприятия, предприятия по обслуживанию населения и так далее. Вышеназванные предприятия занимают большую долю в структуре ВРП Ростовской области, и подавляющее большинство этих предприятий имеют устаревшие основные фонды, требующие обновления (рисунок 1).

Распространение практики внедрения инновационных продуктов в предприятия вышеназванных областей позволит намного увеличить долю Ростовской области в сравнении с другими регионами.

¹⁴ Более высокой квалификации рабочей силы, новой техники и технологии, лучшей мотивации и организации труда и т.д.

¹⁵ Привлечение дополнительных ресурсов, создание новых производств.

¹⁶ Данный термин был предложен на состоявшейся в ноябре 2008 г. в Москве IV Международной научной конференции «Инновационное развитие и экономический рост».

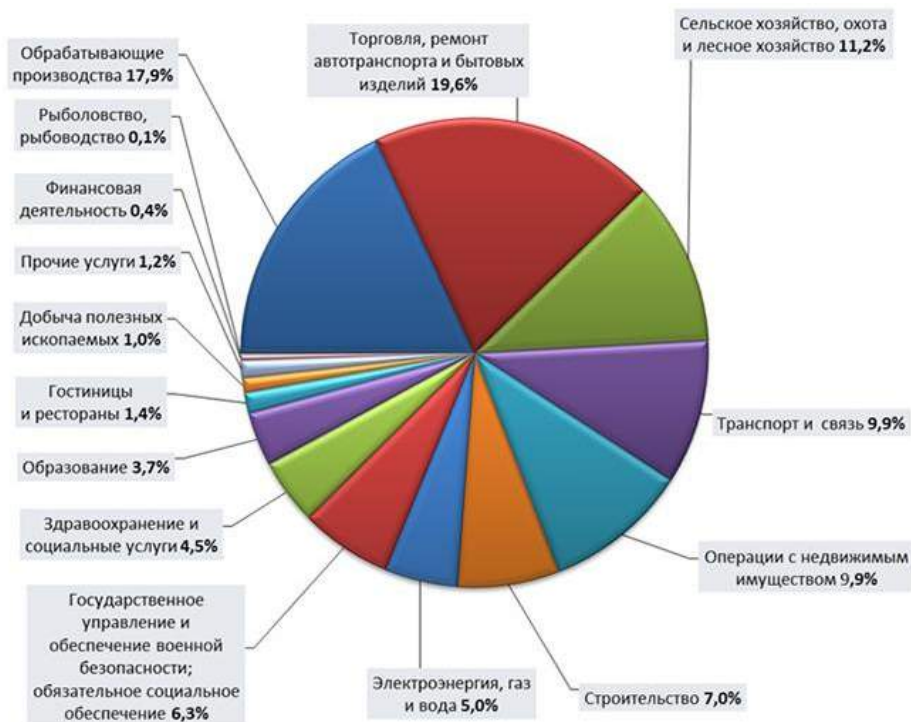


Рисунок 1. Структура ВРП Ростовской области в 2014 г.

Источник: Официальный сайт Администрации Ростовской области. [Электронный ресурс].

URL: <http://donland.ru/economy.aspx>. (Дата обращения 22.04.2015).

Стоит также отметить, что практика "принуждения к инновациям" может быть как стимулом, так и антистимулом. Примером антистимула является введение санкций или какой-либо ответственности за отказ организации от использования новых технологий, доступных на рынке.

Использование такого набора инструментов при условии его правильного и грамотного использования несомненно будет способствовать существенному росту инновационного сектора в экономике региона. При этом воздействие исключительно на субъекты производства инноваций и на организации, внедряющие инновации, не является полностью эффективным без стимулирования административными структурами страховых и финансово-кредитных компаний в плане стремления к сотрудничеству с представителями инновационного бизнеса.

Такое сотрудничество обеспечит стабильный рост сферы инноваций, который будет характеризоваться увеличением количества предприятий как разрабатывающих инновационные продукты, так и внедряющих их предприятий.

Воздействие органов государственной власти на РИС делится на регулирующее и стимулирующее:

Регулирующее воздействие подразумевает оказание правовой помощи и защиты, осуществление госзаказа, оказание помощи субъектам ИД¹⁷ в сертификации, реализация целевых программ поддержки региональной инновационной системы, научно-методическое обеспечение системы госстандартами, инструкциями и методиками, оказание поддержки в углублении и расширении

как внутренней, так и международной кооперации, проведение политики протекционизма во внешнеэкономической деятельности.

Стимулирующее воздействие играет не менее важную роль и включает в себя подготовку квалифицированных кадров с целью обеспечения процессов инновационной деятельности, оказание помощи в рекламе и маркетинге, IT-обеспечение инноваторов, обеспечение социальной инфраструктуры, проведение областных конкурсов, выставок и конференций, введение режима преференций для инновационных предприятий и т.д.

Также воздействие органов государственной власти на РИС осуществляется с использованием прямых и косвенных рычагов. К прямым рычагам можно отнести непосредственную финансовую поддержку, а к косвенным разного рода льготы¹⁸.

Всю систему РИС можно разбить на несколько блоков, выполняющих свои функции в этой системе:

Государственное управление выделяется в отдельный блок и должно играть по большей степени балансирующую роль в развитии РИС и, оказывая влияние на тот или иной элемент системы и обеспечивая тем самым стабильный рост и развитие всей системы.

В данной системе предприятия промышленности и добывающей отрасли могут быть как заказчиками инновационных продуктов, так и инициаторами собственных исследований, зачастую даже на собственных производственных площадях.

¹⁷ Инновационной деятельности.¹⁸ Налоговые, кредитные, таможенные, амортизационные, арендные и т.д.

Страховые компании выделяются в отдельный блок, так как инновационные процессы требуют больших финансовых вложений и без участия инвестиционной составляющей их сложно представить. Поэтому страхование рисков инвесторов способствует в значительной мере решить проблемы финансирования проектов в том числе и на ранних стадиях, еще до внедрения инновационного продукта в массовое производство.

Необходимым элементом системы также являются финансово-кредитные учреждения, такие как банки¹⁹, частные инвесторы, микрофинансовые организации и т.д., так как они обеспечивают возможность проведения инновационных разработок и исследований. Стоит заметить, что этот элемент не заинтересован в проведении фундаментальных исследованиях и развитии научно-образовательного комплекса. Без развития этого комплекса развитие инноваций в перспективе невозможно. Чтобы сбалансировать это направление необходимо влияние государственных и региональных административных структур.

В отдельный элемент системы выделяются потребители инновационного продукта, так как они являются последним звеном в цепочке инновационного процесса, тем, ради чего создается инновационный продукт в первую очередь. При отсутствии спроса на инновационные продукты вся система рискует лишиться стабильности и в конечном итоге просто исчезнуть. Управляющее воздействие со стороны административного ресурса направлено в том числе и на стимулирование потребительского спроса на инновационную продукцию. В данном случае потребителями являются как конечные пользователи инновационной продукции, так и производства, которые нуждаются в модернизации производственного процесса.

При условии грамотного использования имеющихся в арсенале органов государственной власти рычагов, структур управления и механизмов воздействия, региональная инновационная система сможет обрести стабильность на фоне растущей доли инновационной составляющей в экономике региона, тем самым оказывая значительное влияние на эффективность использования имеющихся ресурсов и производственных мощностей у предприятий других сфер деятельности. Это также будет способствовать взятому недавно курсу на импортозамещение как относительно наукоемкой продукции, ноу-хау и других плодов интеллектуальной деятельности, так и относительно товаров общественного потребления, производственного оборудования, спецтехники и т.д. В итоге это окажет влияние как на социально-экономическое благополучие государства и его граждан, так и на его зависимость от других стран.

Литература

1. Александров Г.А. Что такое эффективность экономики? / Г.А. Александров. - М.: Экономика, 1984. - 56 с.
2. Алексеев С.Г. Оценка инновационного развития регионов Сибирского федерального округа. / С.Г. Алексеев. // Вестник ИрГТУ. - 2009. - № 2 (38). - С. 28-31.
3. Пчелинцев О.С. Региональная экономика в системе устойчивого развития. М., 2004.
4. Устинова М.В. Особенности применения мониторинга как основного инструментария оценки функционирования инновационных территорий. // Мат. IV междунар. науч. конф. «Инновационное развитие и экономический рост». - М.: РУДН, 2008. - 708 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПРОЦЕДУР ИЗБРАНИЯ И НАЗНАЧЕНИЯ ГЛАВ РЕГИОНОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Баркалов Сергей Алексеевич

доктор техн. наук, профессор, Воронежский государственный, архитектурно-строительный университет, г. Воронеж

Мажарова Лина Александровна

кандидат экон. наук, доцент, Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, г. Воронеж

COMPARATIVE ANALYSIS OF PROCEDURES FOR THE ELECTION AND APPOINTMENT OF HEADS OF REGIONS ON THE EFFECTIVENESS OF REGIONAL POLICY

Barkalov Sergey, Doctor of Sciences, professor Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering, Voronezh
Mazharova Lina, Candidate of Sciences, assistant professor Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering, Voronezh

АННОТАЦИЯ

Авторами проведен сравнительный анализ двух базовых процедур утверждения в должности глав регионов – их избрание голосованием жителей региона и назначение главой государства. В качестве методологической базы выбрана неоинституциональная экономическая теория. По итогам исследования сделаны выводы о сильных и слабых сторонах каждой из процедур, а также результатах их применения в современной российской практике.

¹⁹ В части банковского кредитования.

ABSTRACT

The authors conducted a comparative analysis of the two basic procedures of the investiture of heads of regions – their election by vote of residents of the region and the appointment of a head of state. As a methodological basis of the selected neoinstitutional economic theory. The research conclusions are made about the strengths and weaknesses of each of the procedures and the results of their use in modern Russian practice.

Ключевые слова: избрание; назначение; главы регионов; уровни власти.

Keywords: elections; appointments; regional heads; levels of government.

Актуальность исследования. Основной задачей демократического государства является создание наиболее благоприятных условий жизни для его граждан, защита их прав и свобод. При этом вопрос рационального государственного устройства во многом сводится к созданию такой системы власти и управления, при которой эта задача решалась бы наиболее эффективно [2, с.8]. Учитывая важность «человеческого фактора» – компетентности лиц, формирующих государственную политику, их заинтересованности в результатах своей работы, лояльности к целям общегосударственной политики, немалую роль в этой си-

стеме играют механизмы утверждения кандидатов на высшие государственные должности.

Для федеративного государства эта проблема актуальна также в разрезе уровней власти – общегосударственной, региональной, местной.

Учитывая сказанное выше, авторами предпринята попытка системного исследования и анализа двух базовых процедур утверждения в должности глав регионов – в основе одной из них лежит голосование жителей региона, а другой – назначение глав регионов «федеральным центром».

Таблица 1

Эволюция процедуры утверждения в должности глав регионов РФ

Период	Содержание процедуры
1991-1996 гг.	12 июня 1991 года проведены первые выборы глав Москвы и Санкт-Петербурга, в большинстве других субъектов федерации (за исключением республик, где была введена должность Президента) руководители назначаются.
1996-2004 гг.	В 1996 г. постановлением Конституционного суда РФ признано, что главы администраций субъектов должны избираться населением субъекта, а не назначаться законодательным собранием. В 1996-1999 гг. соответствующие изменения внесены в федеральное и региональные законодательства. До 2004 года выборы проводились во всех регионах РФ с периодичностью 4-6 лет.
2004-2012 гг.	В 2004 году по инициативе Президента РФ В.В. Путина внесены поправки в федеральное законодательство РФ, в соответствии с которыми высшие должностные лица регионов утверждаются законодательными органами субъектов по предложению Президента РФ.
2012 г.-наст. вр.	В 2012 году по инициативе Президента РФ Д. Медведева принят федеральный закон, предусматривающий возвращение прямых выборов глав субъектов. Первые выборы высших должностных лиц регионов состоялись 14 октября 2014 года. В 2013 году в закон внесены поправки, дающие субъектам право заменить всенародные выборы голосованием в парламенте региона. Этим правом воспользовалось 4 субъекта РФ: Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Республики Карачаево-Черкессия и Северная Осетия. В 2014 году непрямые выборы были утверждены законодательными нормами Севастополя и Республики Крым.

Источники: [5]

В мировой практике представлены обе процедуры: так главы регионов избираются, например, в США и ФРГ, и назначаются центральной властью в Канаде, Иордании, Таиланде.

В РФ процедура вступления в должность глав регионов изменялась достаточно часто [см. Таблицу 1], что свидетельствует об актуальности данной проблемы для нашей страны.

Сопоставление этих двух процедур можно провести с помощью неинституциональной экономической теории [более подробно см.3], которая исходит из того, общества – от избирателей до президента – руководствуются в своей деятельности в первую очередь экономическим принципом, т.е. сравнивают предельные выгоды и предельные издержки (и прежде всего выгоды и издержки, связанные с принятием решений). Например, «рациональные политики» поддерживают прежде всего те программы, которые способствуют росту их престижа и повышают шансы одержать победу на очередных выборах или получить более «престижное» назначение.

Такой анализ позволяет выделить три основных фактора, содержание которых определяется процедурой вступления в должность глав регионов и, в свою очередь, влияет на направленность проводимой ими региональной политики:

1. «Приоритетная стратегия работы»

С одной стороны, избрание главы субъекта обеспечивает легитимность власти, исходящей непосредственно от регионального сообщества, но, с другой, назначение «сверху» способствует укреплению вертикали государственной власти.

Именно эта цель декларировалась, при переходе от выборности к назначаемости глав субъектов РФ в 2004 году как ответ федерального центра на тенденции усиления региональных политических амбиций.

Ее можно считать достигнутой, поскольку в 2005-2012 гг. посты глав регионов покинуло в общей сложности 15 влиятельных политиков, руководивших регионами с 1990-х годов, в том числе позволявшие себе публично не соглашаться с решениями федерального центра главы Татарстана и Башкирии (соответственно М. Шаймиев и М.

Рахимов), губернатор Ростовской области В. Чуб и мэр Москвы Ю. Лужков [4, С. 176]

Назначенные на их место главы регионов в силу самой процедуры назначения и предыдущей карьеры (многие из них представляли собой кадровый резерв «Единой России») последовательно проводят более лояльную федеральному центру политику.

2. Связь с регионом

При проведении прямых выборов заведомый приоритет будет у кандидатов, известных в регионе (живущих или, по крайней мере, длительное время работавших в нем), в то время как назначение позволяет «экспортировать» успешных управленцев в другие регионы.

В 1996-2004 гг., когда главы регионов избирались победа на выборах лиц, не имевших до этого связей с регионом являлась скорее исключением из правил, имевшим место в тех случаях, когда население региона полностью отчаялось в способности местных политических фигур вывести территорию из депрессивного состояния (например, избрание «олигарха» Р.Абрамовича губернатором Чукотского Автономного округа в 2000 году или широко известного генерала А. Лебеда губернатором Красноярского края в 1998 году).

Но, в 2004-2012 годах, когда главы регионов назначались, федеральный центр также отдавал предпочтение местным кандидатам – 66% из них работали в данном регионе непосредственно перед назначением на пост губернатора, и только 22% не имели такого опыта вовсе (в любой момент жизни) [1, С. 17].

3. Биография, образование, профессиональный опыт

Согласно ряду исследований, назначенные главы регионов отличаются более высоким качеством «человеческого капитала», сформированного за счет опыта работы в государственных корпорациях и/или органах государственной власти. Кроме того, назначение позволяет выдвигать обязательные квалификационные требования, например, высшее образование, в то время как в процессе прямых выборов симпатии избирателей могут оказаться на стороне политиков-непрофессионалов, в том числе людей с криминальным прошлым или просто некомпетентных управленцев.

Эти выводы подтверждаются и анализом практики: назначенные главы регионов с большой вероятностью имеют ученую степень и экономическое образование, а также опыт работы в федеральных органах власти. Но эти различия, согласно исследования Высшей школы экономики, не существенны, составляя не более 2% [1, С. 32].

Выводы: за счет перехода от выборности к назначаемости в 2004 году была достигнута цель «укрепление вертикали власти», прежде всего за счет смещения со своих должностей одиозных губернаторов-долгожителей и их замены, посредством назначения, на людей, карьерно выросших и состоявшихся в рамках новой управленческой системы 2000-х годов.

С другой стороны, дополнительные «сильные стороны» практики назначаемости в полной мере реализовать не удалось. Характерная для нашей страны обособленность региональных элит и существенные различия в политической, экономической и социокультурной специфики регионов вынудили федеральный центр отдавать

предпочтение местным кандидатам. «Консервативная» кадровая политика федерального центра обусловила также и тот факт, что не произошло существенных изменений в сложившихся официальных и неофициальных требованиях к образованию и опыту работы глав регионов.

В этой связи возвращение к избираемости глав регионов в 2012 году представляется целесообразным. Поскольку, во-первых, является «шагом навстречу» региональным элитам, поддержка которых необходима для реализации социальных, экономических и политических задач, стоящих сейчас перед РФ, во-вторых, призвано повысить электоральную активность жителей регионов, которые во второй половине 2000-х годов чувствовали себе все более и более исключенными из политического процесса.

Лояльность избираемых глав регионов предполагается поддерживать за счет таких механизмов как

- институт полномочных представителей Президента в федеральных округах;
- финансирование регионов в рамках федеральных целевых программ;
- «муниципальный фильтр» при выборах глав регионов, в соответствии с которым будущий губернатор должен заручиться поддержкой от 5% до 10% депутатов представительных органов муниципальных образований и/или избранных глав муниципальных образований субъекта, причем не менее чем в трех четвертях муниципальных районов и городских округов субъекта РФ

При таких условиях выборы глав субъектов остаются управляемыми из федерального центра, что, в целом обеспечивает баланс (хотя и неустойчивый) политических отношений между центром и регионами.

Литература

1. Баркли Н. Политэкономика выборов и назначений губернаторов в России / Н. Баркли, Г. Гарифуллина, Дж. Рейтер, Т. Фрай. – М.: Издательство ВШЭ, 2012. – 36 с.
2. Баркалов С.А. Государственное и муниципальное управление: учебное пособие / С.А. Баркалов, А.М. Котенко, Л.Р. Маилаян, И.С. Половинкин – Воронеж: Издательство «Научная Книга», 2013. – 495 с.
3. Мажарова, Л.А. Неинституциональный анализ процедур избрания и назначения глав регионов РФ / Л. А. Мажарова – Сборник XI международной научно-практической конференции «Современные концепции научных исследований» – Москва: Евразийский союз ученых, 2015. Выпуск №2 (11) – Часть 1. – С. 91-94
4. Реутов Е. В. «Назначение» губернаторов России: итоги эксперимента/ Е. В. Реутов - Научные ведомости белгородского государственного университета, 2012. – Том 23. - Выпуск №13.- с. 174-182
5. Сведения о выборах и референдумах Центральной Избирательной комиссии РФ - URL: <http://vybory.izbirkom.ru> (дата обращения: 19.11.2014).

ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РОССИИ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ**Мальцева И.Ф.***канд. экон. наук, старший преподаватель, ФГБОУ ВПО «Юго-Западный гос. университет», г. Курск***Новаченко Ю.Ф.***Аспирантка, ФГБОУ ВПО «Юго-Западный государственный университет», г. Курск**IN RUSSIA: CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROGRAMME**Maltseva I.F., Candidate of Sciences, Senior Lecturer, Southwest State University, Kursk**Yu.F.Novachenko, graduate Southwest State University, Kursk***АННОТАЦИЯ**

Статья посвящена анализу проблем и действующих федеральных целевых программ развития промышленности РФ, а также анализу показателей, характеризующих уровень экономического развития.

Ключевые слова: промышленность, НИОКР, тенденции развития промышленного производства.

ABSTRACT

This article analyzes the existing problems and the federal targeted programs of industrial development of the Russian Federation, as well as the analysis of the indicators characterizing the level of economic development.

Keywords: industry, research and development, the development trend of industrial production.

В действующей в настоящее время Концепции социально-экономического развития РФ сформулирована следующая цель – достижение принципиально более высокого уровня развития России, позволяющего стране войти в пятерку стран – мировых лидеров по производству валового внутреннего продукта (ВВП). Достижение такой цели будет возможным, если к концу 2020 года наша страна выйдет на качественно новый уровень экономического развития. Главным направлением движения к новому экономическому образу РФ должна стать мобилизация факторов увеличения ВВП. Общеизвестно, что подобным фактором является развитие промышленного производства и повышение производительности труда. Динамика последнего показателя в масштабах страны зависит от его уровня, достигнутого на отдельных промышленных предприятиях. Для обеспечения положительных приростов производительности труда должны осуществляться конкретные меры, базирующиеся на анализе прошлого и прогнозировании будущего. Особое внимание при этом необходимо уделить разработке эффективной промышленной политики, связанной непосредственно с прогрессом, инновациями и собственно с производительностью труда, которая является своеобразным средством управления названными явлениями. Промышленная и в частности техническая политика, опираясь на достигнутый уровень производительности, определяет проектные направления ее изменения. В настоящее время мероприятия по обеспечению эффективности развития промышленных предприятий, в том числе и на основе стимулирования роста производительности труда, отличаются преимущественно тактическим, оперативным характером и направленностью на решение уже возникших проблем, а не на достижение поставленных целей. По этой причине актуальным становится разработка и использование инструментов планирования, обеспечивающих эффективность развития промышленных предприятий в долгосрочной перспективе.

В соответствии с ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации» под промышленной политикой понимается комплекс правовых, экономических, организационных и иных мер, направленных на развитие промышленного потенциала Российской Федерации, обеспечение производства конкурентоспособной промышленной продукции.

Целями промышленной политики являются:

- 1) формирование высокотехнологичной, конкурентоспособной промышленности, обеспечивающей переход экономики государства от экспортно-сырьевого типа развития к инновационному типу развития;
- 2) обеспечение обороны страны и безопасности государства;
- 3) обеспечение занятости населения и повышение уровня жизни граждан Российской Федерации.

Промышленность – это основа экономического развития экономики, ее доля в создании ВВП мира – более 1/3. Несмотря на то, что доля услуг во многих развитых странах неуклонно растет, именно развитие промышленности создает условия для устойчивого экономического роста и повышения благосостояния населения. Развитие и повышение технического уровня промышленного производства позволяет обеспечить высокую конкурентоспособность и качество продукции.

Важное значение имеет структура промышленности. Преобладание обрабатывающих отраслей над добывающими позволяет сохранять технологическую независимость и обеспечить продовольственную и промышленную безопасность экономики. Общемировой тенденцией является увеличение значения машиностроения и металлообработки (хотя доля собственно металлообработки снижается). На машиностроение приходится до 40% производства всей продукции обрабатывающей отрасли мира (по стоимости). Наиболее высокими темпами роста в мире обладают электроника с электротехникой. Структура промышленного производства России в 1990-2012 гг. представлена в таблице 1.

Таблица 1

Структура промышленного производства России в 1990-2012 гг.

Сектор промышленности	1990	1995	2000	2005	2008	2010	2011	2012
Электроэнергетика	3,6	11,0	7,9	7,1	6,2	7,1	7,5	6,5
Топливная промышленность	6,8	14,6	17,5	19,7	18,8	19,8	20,1	20,8
Черная металлургия	4,9	8,1	7,1	13,9	13,3	11,9	11,9	11,0
Цветная металлургия	5,4	5,8	8,7					
Химическая и нефтехимическая промышленность	6,9	7,1	6,2	6,4	7,0	6,7	5,3	5,2
Машиностроение и металлообработка	28,0	16,0	16,4	13,0	13,8	13,1	15,5	14,6
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность	5,2	4,6	4,0	3,4	3,3	3,0	2,9	2,9
Промышленность строительных материалов	3,4	4,3	2,4	3,1	4,1	2,8	3,0	3,1
Легкая промышленность	11,0	2,2	1,4	0,8	0,7	0,8	0,6	0,6
Пищевая промышленность	12,1	10,6	11,1	10,9	10,8	11,5	10,6	10,9

Источник: данные Росстата. URL: <http://www.gks.ru>.

Анализ данных, приведенных в таблице, позволяет сделать вывод о том, что доля топливной промышленности в России за анализируемый период выросла более чем в 3 раза, а доля машиностроения и металлообработки снизилась практически в 2 раза за это же время. Необходимость изменения структуры промышленного производства способствовала разработке программ развития экономики в целом и промышленности в частности.

В настоящее время в РФ созданы и реализуются следующие целевые федеральные программы, направленные на инновационное развитие и модернизацию экономики: «Развитие науки и технологий»; «Экономическое развитие и инновационная экономика»; «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (федеральная целевая программа включает в себя 22 подпрограммы развития отдельных отраслей промышленности); «Развитие авиационной промышленности на 2013 - 2025 годы»; «Развитие судостроения на 2013 - 2020 годы»;

«Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013 - 2025 годы»; «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности на 2013 - 2020 годы»; «Космическая деятельность России»; «Развитие атомного энергопромышленного комплекса»; «Информационное общество (2011 - 2020 годы)»; «Развитие транспортной системы»; «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы»; «Развитие рыбохозяйственного комплекса»; «Развитие внешнеэкономической деятельности»; «Воспроизводство и использование природных ресурсов»; «Развитие лесного хозяйства на 2013 - 2020 годы»; «Энергоэффективность и развитие энергетики».

Анализ хода реализации ряда федеральных целевых программ показывает, что разрыв между плановыми и фактическими показателями является значительным (рис.1-2) и требуется разработка дополнительных мероприятий, направленных на его преодоление.

Источник: данные сайта Портала государственных программ Российской Федерации URL: <http://programs.gov.ru>

Рисунок 1. Исполнение контрольных событий по программе «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» за 1 квартал 2015 года

Источник: данные сайта Портала государственных программ Российской Федерации URL: <http://programs.gov.ru>

Рисунок 2. Исполнение контрольных событий по программе «Экономическое развитие и инновационная экономика» за 1 квартал 2015 года

Среди задач промышленной политики большое внимание уделяется вопросам технического совершенствования промышленного производства, основой которого являются научные разработки. В развитых странах расходы на НИОКР являются весьма существенными (рис. 3).

Уровень расходов на НИОКР выражается в процентах от валового внутреннего продукта (ВВП). По данным за 2010 г., опубликованным в 2012 г., первые три места занимают Израиль, Финляндия и Южная Корея с соответ-

ственно 4,40%, 3,88 и 3,74%, Россия же занимает 32-е место с уровнем национальных расходов на НИОКР в 1,16%. В 2011 г. показатели в Израиле и Финляндии незначительно упали до 4,39 и 3,78%. Российская Федерация также несколько уменьшила относительный уровень расходов на НИОКР в ВВП до 1,12%. Как видно из анализа данных рис. 3, общемировой тенденцией с 2004 по 2007 г. был рост расходов на НИОКР в ВВП. В период с 2008 по 2010 г. расходы снизились в относительном выражении с 4,77 до 4,35%, в 2011 г. последовал рост до 4,39% [5].

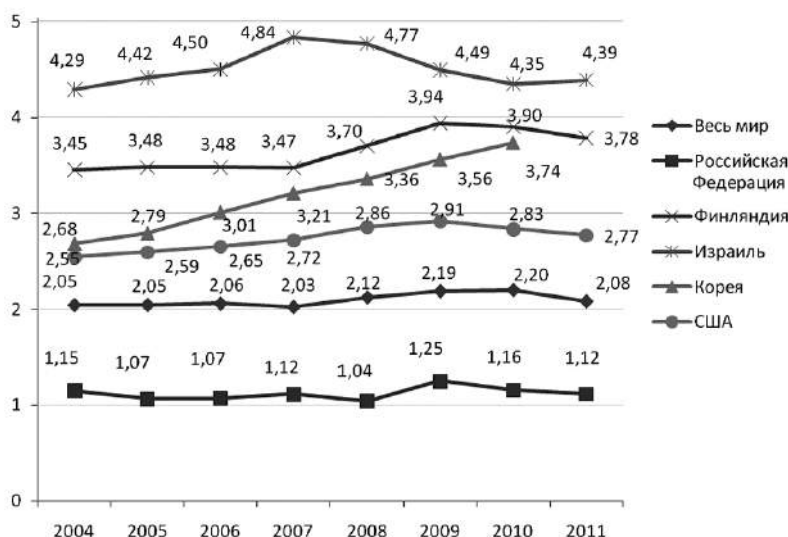


Рисунок 3. Уровень расходов на НИОКР по странам мира в 2004–2011 гг., %[5]

Необходимость учета технологий при планировании экономического развития как на уровне страны, региона, так и на уровне отдельных промышленных предприятий признана мировым экономическим сообществом. Инновационное развитие, увеличение объемов научных исследований стали приоритетными направлениями многих стран. Каждое государство самостоятельно осваивает инновации нового технологического уклада, порой «силой» вытесняя традиционные технологии и продукты. В связи с этим разработка комплексной технической политики является неотъемлемым условием обеспечения экономического роста страны в условиях жесткой внешней конкуренции. Техническая политика представляет собой часть промышленной политики и затрагивает вопросы модернизации и развития техники и технологии на производстве. Она должна быть направлена на развитие наиболее перспективных технологий при имеющихся ресурсах. В этих условиях властям необходимо стимулировать предприятия на разработку и внедрение инноваций по приоритетным направлениям. Необходимо изучение опыта реализации мероприятий, направленных на повышение технического уровня (в том числе зарубежного) с целью выявления наиболее действенных инструментов воздействия, наиболее эффективных структурных форм организации производства. При разработке технической политики на уровне предприятия или региона, страны в целом необходимо акцентировать внимание на внедрении трудосберегающих технологий. Прогнозируемое снижение численности трудоспособного населения в РФ ставит жесткие ограничения по срокам реализации сопутствующих мероприятий. При существенном отставании технического уровня страны от необходимого трудовых ресурсов будет недостаточно даже при продлении пенсионного

возраста (некоторые регионы РФ уже являются трудоемкими). Рост социальной нагрузки на трудоспособное население становится все более ощутимым и будет только усиливаться в будущем. В этой связи необходимо достижение такого уровня развития технологий и объемов производства, который позволит обеспечить население необходимыми товарами и сохранить достойный уровень жизни.

Литература

1. Вертакова, Ю.В. Особенности развития промышленной политики экономически развитых стран [Текст]/ Вертакова Ю.В.// Успехи современного естествознания. 2012. № 11-2. С. 73-79.
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года Система ГАРАНТ. Режим доступа: <http://base.garant.ru/194365/#ixzz3aP07jxAc>.
3. Портал государственных программ Российской Федерации. Режим доступа: <http://programs.gov.ru/Portal/>
4. Рябцева И.Ф. Производительность труда и техническая политика предприятия [Текст]/ И.Ф.Рябцева, Э.Н.Кузьбожев. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 199 с.
5. Сухарев, О.С. Индустриальная политика и развитие промышленных систем [Текст]/О.С.Сухарев, Е.Н.Стрижакова// Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. №15(252). С. 2-21
6. Федеральный закон Российской Федерации от 31 декабря 2014 г. N 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации». Режим доступа: <http://www.rg.ru/2015/01/12/promyshlennost-dok.html>.

БАЗОВЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО КАЛЬКУЛИРОВАНИЮ СЕБЕСТОИМОСТИ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Малиева Вера Сергеевна

Магистрант, Государственный Университет Управления, г. Москва

Maliaeva Vera Sergeevna

Magistr of State University of management, Moscow

АННОТАЦИЯ

Тема статьи актуальна. С учетом особенностей различных отраслей производства каждая разработка положений по калькулированию себестоимости в фармацевтической области имеет право на существование и может содержать интересные предложения. В связи с тем, что в отечественной фармацевтической отрасли цены на лекарственные препараты, входящие в перечень жизненно важных лекарственных средств, не могут превышать предельного значения, установленного государством, организации отрасли заинтересованы в формировании оптимальной структуры себестоимости. На мой взгляд, статья полезна для научных и практических работников.

ABSTRACT

The subject of this article is relevant. Taking into account the characteristics of different industries the development of calculation in the pharmaceutical field has a right to exist, and may contain interesting proposals. Due to the fact that in the domestic pharmaceutical industry prices of medicines included in the list of essential drugs and can not exceed the price which set by the state, organizations in pharmaceutical industry interested in forming an optimal cost structure. In my opinion, it is useful for researchers and practitioners.

Ключевые слова: отрасль; калькуляция; затраты.

Keywords: industry; calculation; costs.

Калькулирование себестоимости представляет собой процесс расчета затрат на производство или реализацию единицы вида продукции. Рассмотрим предприятия, специализирующиеся на производстве антибиотиков во флаконах и растворов в бутылках.

Себестоимость полуфабрикатов собственного производства калькулируется по тем же правилам что и конечная продукция. При вхождении полуфабриката в продукцию его себестоимость включается в себестоимость этой продукции раздельно по калькуляционным статьям. Так себестоимость полуфабриката по статье "Основное сырье и материалы" включается в статью "Основное сырье и материалы" калькулируемого вида продукции, по статье "Вспомогательные материалы" в статью "Вспомогательные материалы" и так далее. При калькулировании себестоимости калькулирование ее для полуфабрикатов выполняется в первую очередь.

Рассмотрим виды используемый калькуляционных статей:

Калькуляционные статьи используются для группировки затрат, различных по составу и способу их отнесения на калькулируемый вид продукции.

По характеру отнесения на продукцию Калькуляционные статьи делятся на прямые и косвенные. Прямые затраты учитываются непосредственно на счете 20 "Основное производство", косвенные затраты учитываются на других счетах и распределяются на калькулируемую продукцию. Номенклатура калькуляционных статей приведена в таблице №1.

Статьи 01-15 образуют производственную себестоимость продукции и используются на счете 20 "Основное производство"

Статьи 01-19 образуют полную себестоимость реализованной продукции и применяются в управленческих калькуляциях.

Таблица 1

Калькуляционные статьи

Код	Калькуляционная статья	Тип затрат	Счет учета затрат	Состояние продукции
01	Основное сырье и материалы	Прямые	20	Выработанная
02	Возвратные отходы (вычитаются)	Прямые	20	Выработанная
03	Вспомогательные материалы	Прямые	20	Выработанная
04	Потери от брака	Косвенные	28	Выработанная
05	Транспортно-заготовительные расходы	Косвенные	16	Выработанная
06	Энергоносители на технологические цели	Прямые	23	Выработанная
07	Зарплата основного производственного персонала	Прямые	20	Выработанная
08	Резерв на оплату отпусков основного производственного персонала	Прямые	20	Выработанная
09	Начисления на зарплату	Прямые	20	Выработанная
10	Подготовка и освоение производства	Косвенные	97	Выработанная
11	Содержание и эксплуатация оборудования	Косвенные	25	Выработанная
12	Амортизация оборудования и транспортных средств	Косвенные	25	Выработанная

Код	Калькуляционная статья	Тип затрат	Счет учета затрат	Состояние продукции
13	Цеховые расходы	Косвенные	25	Выработанная
14	Амортизация зданий, сооружений инвентаря	Косвенные	25	Выработанная
15	Прочие расходы	Прямые и косвенные	20	Выработанная
16	Резервная			
17	Общехозяйственные расходы	Косвенные	26	Реализованная
17.1	В том числе роялти по лекарственным препаратам	Прямые	26	Реализованная
17.2	В том числе сертификация продукции	Прямые	26	Реализованная
18	Сбытовые расходы	Косвенные	44	Реализованная
19	Расходы на продвижение	Косвенные	44	Реализованная

На предприятиях отрасли калькулируются несколько вариантов себестоимости. В таблице 2 приведена классификация вариантов калькуляций по следующим признакам.

- тип калькуляции - фактическая или плановая - определяет метод калькуляции и исходные данные, применяемые в процессе калькуляции (плановые или фактические).
- стадия состояния продукции – определяет состояние объекта калькулирования (выработанная, произведенная или реализованная продукция)
- версия исходных данных (например - версия планов и бюджетов, являющихся источниками данных для калькуляции плановой себестоимости). Добавление новых версий не требует изменения или дополнения данной методики, образуется заменой набора исходных данных для калькуляции.

Таблица 2

Варианты калькуляций себестоимости продукции

Тип калькуляции	Стадии состояния продукции	Версия исходных данных
Фактическая	выработанная продукция	Данные фактического учета
Фактическая	произведенная продукция	Данные фактического учета
Фактическая	реализованная продукция	Данные фактического учета
Плановая	произведенная продукция	Годовой бюджет
Плановая	реализованная продукция	Годовой бюджет
Плановая	выработанная продукция	Уточненный месячный бюджет
Плановая	произведенная продукция	Уточненный месячный бюджет
Плановая	реализованная продукция	Уточненный месячный бюджет

Основным объектом сбора затрат на производство является серия продукции. Под серией понимается объем вида продукции, произведенный на основе общей ис-

ходно-разрешительной документации. При калькулировании себестоимости и в учете выделяются следующие стадии состояния продукции.

Таблица 3

Стадии состояния продукции

Стадии состояния продукции	Характеристика состояния
Незавершенное производство	Продукция, находящаяся в процессе производства, от момента выдачи исходно разрешительной документации. На этой стадии производится списание прямых материалов на серии (производственные партии).
Выработанная	Продукция или полуфабрикаты, выработанные серии которой размещены на складе промежуточного хранения. На этой стадии происходит сертификация продукции.
Произведенная (товарная, выпущенная)	Продукция и полуфабрикаты, по сериям которой завершена сертификация или внутренний контроль качества и они либо признаны годными к использованию либо являются браком.
Запасы и отгруженная продукция	Продукция, находящаяся на складах предприятий, складах комиссионеров или отгруженная покупателям, по которой не перешло право собственности.
Реализованная	Продукции реализованная (проданная) покупателю.

Калькулирование плановой себестоимости осуществляется для цели прогнозирования основных показателей деятельности предприятий на планируемый период.

Исходными данными для калькуляции себестоимости являются

- план продаж по видам продукции;
- план производства по видам продукции;

- нормы расхода сырья и материалов по видам продукции,
- нормы расхода энергоносителей по видам продукции,
- нормы расходов на оплату труда по видам продукции,
- бюджет косвенных расходов.
- плановые цены на сырье, материалы и энергоносители.

Калькулирование плановой себестоимости осуществляется по месячным периодам. При разработке годового бюджета калькулируется плановая себестоимость продукции на весь год. Перед началом каждого периода происходит уточнение планов и бюджетов и калькулируется уточненная себестоимость выработанной и произведенной продукции. Уточненная плановая себестоимость выработанной продукции утверждается в качестве учетной себестоимости для целей бухгалтерского учета на планируемый период. Фактическая себестоимость продукции калькулируется для целей управленческого учета. Затраты на выработку продукции собираются на счете 20.01. Количественный расход материалов и полуфабрикатов (по статьям 01-03) учитывается непосредственно по сериям (производственным партиям). Оценка расхода материалов и полуфабрикатов производится по средней скользящей себестоимости. Затраты по статьям 04-15 собираются на субсчете 20.01 в группировке по статьям затрат и видам продукции. Серии одного вида продукции, выработанные в одном периоде, будут иметь одинаковую себестоимость. В управленческом учете калькулируется фактическая себестоимость выработанной продукции. В бухгалтерском учете выработанная продукция оценивается по плановой себестоимости.

Выпуск серий продукции в бухгалтерском учете так же отражается по плановой себестоимости. При этом формируются отклонения фактической себестоимости произведенной продукции от плановой. Эти отклонения в бухгалтерском учете считаются расходами периода и списываются на себестоимость реализованной продукции (счет 90).

Фактическая себестоимость произведенной продукции, будет калькулироваться как средневзвешенная, по себестоимости входящий в её состав серий, выработанных в различных периодах.

Для целей параллельного ведения бухгалтерского и управленческого учета, по каждой серии продукции храниться информация, как о плановой, так и о фактической себестоимости в аналитике по калькуляционным статьям.

Фактическая себестоимость реализованной продукции по калькуляционным статьям 01-15 рассчитыва-

ется по средневзвешенной производственной себестоимости реализованной продукции (на основе фактической производственной себестоимости серий). Статьи 17-19 формируются в результате распределения на реализованную продукцию затрат счетов 26 "Общепроизводственные расходы" и 44 "Расходы на продажу".

Значительную долю затрат в калькуляции себестоимости продукции составляют затраты, включаемые с помощью распределения. Поэтому распределение затрат является необходимой частью процесса калькулирования себестоимости. Целью распределения является наиболее справедливое отнесение затрат на калькулируемые изделия. Все виды распределений описываются по единой схеме, в которую входят: источники распределяемых затрат, цели распределения, носители затрат, базы распределения.

Источниками распределяемых затрат является подмножество счетов (ЕПС) на которых собраны затраты. Его диапазон определяется значениями МВЗ, счета (субсчета), статьи затрат, элементов затрат и других аналитик, присутствующих на данном счете.

Под целями распределения затрат понимаются значения объектов затрат (МВЗ или видов продукции), счетов (субсчетов), статей затрат и элементов затрат (и других аналитик), на которые распределяются суммы затрат.

Носители затрат - показатели деятельности (нормо-часы, машино-часы, км. автопробега и другие) являющиеся причинными факторами отнесения затрат на объект.

Базы распределения - рассчитанные на основе значений носителей затрат весовые коэффициенты для каждой цели распределения.

Пропорционально значениям базы распределения производится распределение затрат.

Список литературы

1. Керимов, В. Э. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы / В. Э. Керимов. - М.: Дашков и К, 2009
2. Красова, О.С. Бюджетирование и контроль затрат на предприятии. Практическое пособие / О.С. Красова. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2009 // ЭБС IPRbooks. - Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/>
3. Фофанов, В.А. Учет затрат, калькулирование себестоимости / В.А. Фофанов. - М.: ГроссМедиа, 2008 // ЭБС IPRbooks. - Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/>
4. Вахрушева, О. Б. Бухгалтерский управленческий учет / О. Б. Вахрушева. - М.: Дашков и К, 2011 // ЭБС IPRbooks. - Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/>

ПРАКТИКА ГОСРЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ КРАЙНЕГО СЕВЕРА

Матвеев Александр Сафронович

Доктор экономических наук, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации г. Москва

THE PRACTICE OF STATE REGULATION OF THE ECONOMY UNDER FAR NORTH CONDITIONS

Matveev Alexander, Doctor of Economics, Russian Academy of National Economy and State Administration under the President of the Russian Federation, Moscow

АННОТАЦИЯ

Государству необходимо выстроить и реализовать широкий арсенал мер по регулированию экономического развития Крайнего Севера структурную трансформацию и модернизацию его хозяйственного комплекса, учитывая специфику экономики Крайнего Севера. Дальнейшее социально-экономическое развитие страны требует перехода к новой экономической модели. Сырьевая экономика Крайнего Севера должна стать иной, более эффективной и конкурентоспособной.

ABSTRACT

The state needs to construct and realize a broad arsenal of measures to regulate economic development of the Far North the structural transformation and upgrading of its economic complex, taking into account the specifics of the economy of the Far North. Further social and economic development requires a transition to a new economic model. The raw material of the Far North's economy must become a more efficient and competitive.

Ключевые слова: Крайний Север; государственное регулирование; структурная перестройка экономики;

Keywords: Far North; government regulation; structural reconstruction of economy;

В настоящее время регулирование развития северных территорий осуществляется на основе как общих для всех регионов унифицированных механизмов регулирования экономических процессов, так и особых форм, и специальных методов, учитывающих специфику экономики Крайнего Севера. Особый подход к государственному регулированию и поддержке экономики и социальной сферы Крайнего Севера обусловлен рядом объективных факторов. В первую очередь к ним относятся: значительные различия северных территорий по уровню социально-экономического развития; недостаточность финансово-инвестиционного потенциала депрессивных регионов, необходимого не только для саморазвития, но и для поддержания имеющегося на их территории производственного потенциала, защиты его от возможной деградации; низкая инвестиционная привлекательность северных регионов (в первую очередь тех, которые не располагают природно-сырьевыми ресурсами) для частного капитала, вызванной транспортной удаленностью, труднодоступностью, высокими издержками производства, что снижает доходность вложенного капитала и значительно замедляет его возврат; повышенные риски для инвесторов.

Наличие ограничителей развития региональных экономик Крайнего Севера представляет собой объективную реальность. Однако устранение этих ограничителей силами самих регионов для большинства из них невозможно. В этой связи государству необходимо выстроить и реализовать широкий арсенал мер по регулированию экономического развития Крайнего Севера и модернизации его хозяйственного комплекса.

Концептуальные основы госрегулирования развития северных территорий заложены в Федеральном законе "Об основах государственного регулирования социально-экономического развития Севера Российской Федерации" от 19 июня 1996 года (внесены изменения 2 января 2000 года). В качестве ключевых принципов госрегулирования в нем были определены, во-первых, государственный протекционизм, т.е. создание на Крайнем Севере льготного режима для населения и развития значительной части отраслей хозяйства; во-вторых, дифференцированный подход, т.е. госрегулирование на основе учета отраслевых и региональных различий северных территорий, наличия зон дискомфорта жизнедеятельности и достигнутого уровня социального и экономического развития. Реализация этих принципов при осуществлении

государственной политики в отношении северных территорий, как показала практика, способно реально поддерживать функционирующее в сложных природно-климатических условиях производство, повышать конкурентоспособность выпускаемой продукции.

Определенными вехами в развитии концепции госрегулирования социально-экономических процессов на Крайнем Севере стали постановления Правительства Российской Федерации от 31 декабря 1997 г. № 1664 "О реформировании системы государственной поддержки районов Севера" и "Концепция государственной поддержки экономического и социального развития районов Севера", утвержденная 07 марта 2000 года постановлением Правительства № 198. Спектр мер, предусмотренных в этих документах, был достаточно широк, но они далеко не всегда реализовывались на практике.

Однако в целом, несмотря на декларируемое государством содействие структурной перестройке экономики Крайнего Севера для перехода к устойчивому экономическому развитию на принципах самофинансирования, на практике реально возобладал односторонний подход. Эффективная система правового регулирования структурной перестройки, диверсификации производства, привлечения инвестиций так и не была создана. Действующие нормативные акты, касающиеся этих проблем, недостаточно учитывают специфические особенности функционирования экономики в северных условиях, происходящие изменения в экономике, ресурсные возможности федерального бюджета и бюджетов субъектов Федерации.

В настоящее время следует констатировать, что за период экономического подъема нулевых государство так и не сумело выработать стратегическое видение относительно дальнейшего освоения северных территорий, включающего оценку перспектив жизнедеятельности по каждому из северных регионов и определением конкретных путей реализации комплексного развития экономики Крайнего Севера. В Программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу на период 2003-2005 проблемы Крайнего Севера были затронуты вскользь, прежде всего в контексте проблемы освоения Арктики, необходимости снижения зависимости северных территорий от северного завоза и необходимости поиска более четкого определения южной границы районов Крайнего Севера для концентрации государственных ресурсов на поддержке наиболее проблемных территорий. Задача комплексного социально-экономического развития северных территорий даже не

ставилась. В Программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2005-2008 годы) в разделе "Региональные политики социально-экономического развития" районы Крайнего Севера не упоминались даже формально, не говоря уже об особой системе мер их господдержки.

В то же время некоторые формы и методы регулирования, которые были выработаны в процессе практической деятельности государства по управлению социально-экономическими процессами на Крайнем Севере могли бы быть применены и в целях перевода экономики Севера на инновационные рельсы. Например, к таковым можно отнести дифференцированный (селективный) подход государства к поддержке северных территорий в целях создания условий для их саморазвития (в зависимости от уровня развития). В рамках этого подхода для активно развивающихся регионов, обладающих необходимым природно-ресурсным потенциалом, основной упор мог быть сделан на формирование внутренних факторов экономического развития, на поддержку бизнеса, готового развивать производство на Крайнем Севере, косвенными методами (гарантирование привлекаемых кредитов, предоставление инвестиционных налоговых кредитов и др.); для регионов с депрессивным состоянием горнодобывающей, лесной и рыбной промышленности могло быть использовано сочетание прямой и косвенной государственной поддержки; для экономически не развитых регионов — значительная государственная финансовая поддержка социальной сферы, систем жизнеобеспечения и одновременно активное поощрение поиска новых возможностей экономического развития.

Однако, как показывает анализ, наметилась тенденция постепенного отказа от особой политики в отношении Крайнего Севера: государственное воздействие на региональное развитие все в большей степени осуществляется в рамках общероссийского законодательства в области бюджетной и налоговой политики, финансового регулирования, инвестиционной деятельности, поддержки малого бизнеса. Во главу угла ставится унифицированный подход ко всем территориям, создание равных условий экономического развития субъектов Федерации, а также равных конкурентных условий предпринимательской деятельности во всех регионах страны. При таком подходе, не учитывающем особенности структуры производства, условия инвестиционно-хозяйственной деятельности северных территорий (в том числе повышенные по сравнению с другими районами страны издержки производства, вызванные объективными природно-климатическими факторами и транспортной удаленностью; высокая в сравнении с другими регионами энергоемкость продукции; необходимость большого объема оборотных средств и длительный цикл их обращения, вызванные сезонностью завоза продукции и высокими транспортными расходами и др.), трудно рассчитывать на успешное решение социально-экономических проблем российского Крайнего Севера.

В ходе осуществления политики в отношении северных территорий в настоящее время государство использует различные, но в целом унифицированные для всех регионов формы и методы государственного воздействия и поддержки: перераспределение финансовых ресурсов федерального бюджета между регионами в рам-

ках межбюджетных отношений; осуществление федеральных целевых программ развития регионов с долевым государственным финансированием на основе конкурсной и контрактной системы их реализации; использование возможностей отраслевых и социальных федеральных целевых программ для развития инфраструктуры и решения социальных проблем в регионах; размещение федеральных заказов на поставку продукции для общегосударственных нужд.

Акценты в государственном регулировании развития экономики Крайнего Севера в современных условиях смещены в сторону бюджетных механизмов; основным регулирующим правовым актом становится ежегодно принимаемый закон о федеральном бюджете. Что касается конкретных финансовых механизмов реализации государственной политики в отношении регионов, в том числе северных территорий, то они сводятся к межбюджетным трансфертам, выделяемым субъектам Федерации и муниципальным образованиям, реализующим согласованные с федеральным (региональным) центром программы экономических реформ; более широкому использованию межбюджетных трансфертов, направленных на софинансирование федеральным центром расходов региональных и местных властей, связанных с проведением экономических реформ.

В целом в системе межбюджетных отношений в последние годы наметилась тенденция усиления централизации налоговых поступлений в федеральном бюджете при увеличении расходных полномочий региональных и местных бюджетов, что приводит к усилению «напряженности» и в ряде случаев — к увеличению дефицитности территориальных бюджетов. При этом централизация налоговых поступлений зачастую касалась наиболее стабильных (по собираемости и налоговой базе) и масштабных видов налогов. Это закономерно приводило к периодической напряженности бюджетных систем ряда регионов, в том числе относимых к северным территориям.

В рамках системы межбюджетных отношений высоко дотационным региональным бюджетам традиционно предоставляется финансовая помощь из федерального бюджета. При этом объемы и направления государственной поддержки ранее ежегодно определялись, как правило, фактически с "чистого листа" и зависели от ресурсных возможностей бюджета. Методики и процедуры распределения финансовой помощи постоянно корректируются, что не позволяет регионам прогнозировать объем поступающих средств на среднесрочную перспективу и не создает стимулы для увеличения их собственных доходов. В последние годы предпринят ряд мер по повышению прозрачности и обоснованности бюджетных назначений, однако потребности и особенности северных регионов и территорий по-прежнему учитываются недостаточно.

Анализ практики государственного регулирования социально-экономического развития Крайнего Севера Российской Федерации, позволяет заключить, что, во-первых, действующая все последние годы система государственного регулирования отношений федерального центра и северных территорий нацелена преимущественно на решение краткосрочных и локальных проблем, т.е. на поддержание существующего порядка вещей, а не на структурную трансформацию и модернизацию экономики районов Крайнего Севера. При этом крайне узкие возможности прямой бюджетно-финансовой поддержки,

низкая эффективность механизмов государственного содействия экономическому развитию, активизации инвестиционной деятельности, недоучет в процессе распределения финансово-инвестиционной помощи природно-климатических и социально-экономических особенностей не только "консервируют" социально-экономические проблемы Российского Севера, но и чреваты угрозой подорыва ресурсного потенциала дальнейшего развития национальной экономики;

Во-вторых, базовые нормативно-правовые акты, регламентирующие цели, механизмы и направления государственного регулирования экономики северных территорий, зачастую носят декларативный характер, ряд положений не соответствуют современной практике государственного содействия выравниванию российских регионов по уровню социально-экономического развития; не достигнута системность и стабильность в правовом регулировании развития Крайнего Севера.

В-третьих, отсутствует четкое законодательное определение границ Крайнего Севера и зон дискомфорта

ности, что не позволяет сконцентрировать государственные ресурсы на поддержке наиболее проблемных территорий, дифференцировать государственные механизмы регулирования по зонам (районам) Крайнего Севера. До настоящего времени отнесение территорий к районам Крайнего Севера и приравненных к ним местностей регламентируется отдельными актами Президента РФ и Правительства РФ. Отсутствие законодательно установленного районирования существенно сдерживает совершенствование государственной политики в отношении северных территорий, господдержки экономики северных регионов, поскольку под действие закона попадают и территории с относительно благоприятным климатом.

Современный кризис показал, что временные горизонты этой политики исчерпаны. Дальнейшее социально-экономическое развитие страны требует перехода к новой экономической модели. Сырьевая экономика Крайнего Севера должна стать иной, более эффективной и конкурентоспособной.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УСТОЙЧИВОСТИ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Митюхин Дмитрий Сергеевич

аспирант кафедры, Трудовое право и правовое регулирование управления персоналом, Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, г. Улан-Удэ

THE THEORETICAL BASIS FOR SUSTAINABLE MARKET INFRASTRUCTURE

Mityukhin Dmitry, graduate student, Labour law and the legal regulation of Personnel Management
East-Siberian State University of Technology and Management, Ulan-Ude

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены вопросы устойчивости региональной рыночной инфраструктуры. Выделены основные модели общего экономического равновесия. Проведен сравнительный анализ экономических теорий общего экономического равновесия. Проведен критический анализ имеющихся определений устойчивости показал. Обобщены основные определения устойчивости рыночной инфраструктуры региона. Выявлены методологические основы управления устойчивостью рыночной инфраструктуры региона в настоящих условиях.

ABSTRACT

The paper deals with the stability of the regional market infrastructure. The basic model of general economic equilibrium. A comparative analysis of the economic theories of general economic equilibrium. A critical analysis of the available definitions of sustainable shown. Summarizes the basic definitions of stability of market infrastructure in the region. The methodological bases of management of the stability of market infrastructure in the region in these conditions.

Ключевые слова: устойчивость; рыночная инфраструктура; модель; общее экономическое равновесие; регион; управление.

Keywords: sustainability; market infrastructure; model; general economic equilibrium; region; management.

Разработкой теории устойчивости занимались представители таких наук, как философия (Р. Декарт, Г.В.Ф. Гегель, Г. Спенсер), математика (Ж.Л. Лагранж, У. Кельвин, Х. Рауэ, Н.Е. Жуковский, А.М. Ляпунов, В.В. Новожилов), экономика (Р. Солоу, Дж. Стиглиц, Дж. Харвик, Н.Д. Кондратьев), кибернетика, теория систем и др [9].

Большой вклад в развитие теории устойчивости внес выдающийся российский ученый академик В.И. Вернадский, который начал использовать в анализе связей системы «человек – природа» учет потребностей и интересов не только настоящего, но и будущих поколений, а также ввел новое критериальное измерение «человечество как единое целое» [4].

Начальным этапом для развития представлений об устойчивости в экономике послужили модели общего

экономического равновесия, которые выявляют условия равновесного состояния национальной экономики на определенный момент. Основными из них являются неоклассическая и кейнсианская модели общего экономического равновесия.

К числу важнейших своих теоретических достижений неоклассики относили вывод о том, что деньги в противоположность товарам не являются богатством. Деньги выполняют лишь роль посредника при обмене товаров и служат масштабом измерения ценности всех благ. Поэтому в неоклассической макроэкономической модели имеются лишь три рынка: труда, капитала (ценных бумаг) и благ. На этих рынках встречаются два макроэкономических субъекта: домашние хозяйства и предприниматели.

Своеобразное толкование сущности и роли денег приводит к тому, что в неоклассической макроэкономической модели существуют два независимых друг от друга сектора: реальный и денежный [8].

Из неоклассической макроэкономической модели следует, что равновесие в реальном секторе экономики не зависит ни от уровня цен, ни от количества денег, а рыночный механизм благодаря гибкости ставки номинальной зарплаты и ставки процента постоянно направляет экономику к состоянию общего экономического равновесия при полной занятости.

Если центральным элементом в неоклассической модели являются рынки факторов производства, то в кейнсианской модели ведущая роль принадлежит эффективному спросу, формирующемуся на рынках благ и денег. Так, в 1936 г. Дж. М. Кейнс опубликовал работу «Общая теория занятости, процента и денег», в которой подверг критике основные положения неоклассической теории. Во-первых, зарплата и цены не столь гибки, как это представлено в неоклассических моделях. Во-вторых, вызывает сомнения взаимосвязь инвестиций, сбережений и процентной ставки.

Кейнс также отрицал возможность достижения полной занятости за счет сокращения заработной платы. Вследствие существования нижних пределов зарплата не гибка, и поэтому всегда будет определен процент безработных. Уровень процентной ставки определяется не в точке пересечения кривых потребления и сбережения, а зависит от спроса и предложения денег. Сбережения мало зависят от процентной ставки и являются функцией располагаемого дохода. Какой бы гибкой ни была процентная ставка, она не в состоянии остановить снижение

совокупного спроса, поэтому равновесие может быть достигнуто при неполной занятости.

Общее экономическое равновесие в рассматриваемом случае, как и в неоклассической модели, достигается в результате действия рыночного механизма благодаря гибкости цен на каждом из рынков: труда, производства и денег [5].

В ходе сопоставления двух изложенных версий функционирования рыночного хозяйства предпринимались попытки создать экономическую теорию на основе совместного использования отдельных элементов обеих альтернативных концепций, т.е. осуществить «неоклассический синтез».

Проведем сравнительный анализ экономических теорий общего экономического равновесия (табл. 1).

В настоящее время относительно устойчивости рыночной инфраструктуры региона существует несколько десятков определений, и их количество продолжает расти. Критический анализ имеющихся определений устойчивости показал, что общепринятого понятия современной наукой не выработано. Мы предлагаем выделить пять отличных друг от друга подходов:

- устойчивость как безопасность, стабильность, надежность, целостность и прочность системы;
- устойчивость как относительная неизменность системы;
- устойчивость как способность рыночной инфраструктуры сохранять динамическое равновесие;
- устойчивость как способность системы развиваться;
- устойчивости как свойство рыночной инфраструктуры (см. табл. 2).

Таблица 1

Сравнительный анализ экономических теорий общего экономического равновесия

Наименование теории ОЭР	Рынки, на которых достигается равновесие	Субъекты	Условия равновесия
Неоклассическая модель [1]	Рынки труда, капитала и благ	Домашние хозяйства, предприниматели	$\begin{cases} S(i_+) = I(i) \\ N = N^D(\omega) = N^S(\omega_+, i_+) \Rightarrow N^*, \omega^*, y^*, i^* \\ y = y(N_+) \end{cases}$
Кейнсианская модель [11]	Рынки труда, производства, денег	Домашние хозяйства, предприниматели, государство, банки	$\begin{cases} T(y) + S(y) = I(i) + G \\ \frac{M}{P} = l(y, i) \\ W = W^S(N, P) = P_{yN} \\ y = y(N) \end{cases}$
Модель Вальраса [2]	Рынки благ и факторов производства	Домашние хозяйства, предприниматели	$\begin{cases} Q_i^D(P_1, P_2, \dots, P_n, r_1, r_2, \dots, r_m) = Q_i^S(P_1, P_2, \dots, P_n, r_1, r_2, \dots, r_m) \\ F_t^D(P_1, P_2, \dots, P_n, r_1, r_2, \dots, r_m) = F_t^S(P_1, P_2, \dots, P_n, r_1, r_2, \dots, r_m) \\ P_j Q_i^S = \sum_{t=1}^m r_t F_{i,t}^D \end{cases}$
Модель Патинкина [10]	Рынки благ, факторов производства и денег	Домашние хозяйства предприниматели, банки	$\Delta Q_{ij} \left(P, \frac{M_j}{P} \right) = \Delta Q_{ij} \left(aP, \frac{aM_j}{aP} \right)$
Модель Маркса [3]	Рынки благ, производства и капитала	Домашние хозяйства, предприниматели	Простое воспроизводство: $\begin{cases} I(v + \tau) = IIc \\ I(c + v + \tau) = Ic + IIc \\ II(c + v + \tau) = I(v + \tau) + II(v + \tau) \end{cases}$ Расширенное воспроизводство:

			$\begin{cases} I(v + \tau) > \Pi c \\ I(c + v + \tau) > I c + \Pi c \\ \Pi(c + v + \tau) < I(v + \tau) + \Pi(v + \tau) \end{cases}$
Модель межотраслевого баланса В.В. Леонтьева [1]	Рынки благ и производства	Домашние хозяйства, предприниматели, государство	$X = AX + Y$, где X- объем производства какой-либо отрасли; Y - конечный продукт этой отрасли; A - матрица технологических коэффициентов прямых затрат a_{ij} , которые показывают, сколько продукции отрасли необходимо затратить для производства единицы продукции отрасли.

Таблица 2

Обобщение определений устойчивости региональной рыночной инфраструктуры [6]

Подход к определению	Авторы, придерживающиеся подхода	Пример определения
Устойчивость как безопасность, стабильность, надежность, целостность и прочность системы	Л.И. Абалкин, А. Лившиц, А.Л. Бобров, Д.В. Гордиенко	Устойчивость национального хозяйства страны как единой системы означает прочность и надежность ее элементов, экономических и организационных связей между ними, способность выдерживать внутренние и внешние нагрузки
Устойчивость как относительная неизменность системы	А.Г. Шеломенцев, В.Д. Калашников, С.М. Ильясов, Т.Г. Краснова, А.Л. Гапоненко, Н.Ф. Реймерс, М. Блауг, О.В. Коломийченко, В.Е. Рохчин	Устойчивость территориальных систем определяется как относительная неизменность основных параметров территориальной социально-экономической системы, ее способность сохранять их в заданных пределах при отклоняющихся влияниях извне и изнутри
Устойчивость как способность региона сохранять динамическое равновесие	Н.В. Чайковская, В.А. Кретинин, Е.С. Бодряшов	Экономическая устойчивость региона – интегрированное свойство системы сохранять динамическое равновесие при изменении в допустимых пределах параметров внешней и внутренней среды
Устойчивость как способность региона развиваться	Е.Б. Дондокова, Е.В. Макарова, Б.К. Есекина Ш. Сапаргали, М.Ю. Калинин, Л.Л. Терехов А.И. Дружинин О.Н. Дунаев, А.М. Озина, Я. Корнаи, Е.В. Головки, Л.И. Лопатников	Устойчивость экономической системы – это «система экономических отношений, обеспечивающих долгосрочное развитие экономической системы с наличием механизмов саморегулирования (стабилизации и равновесия), способных достичь комплексного решения экономических, социальных и экологических проблем в условиях глобализации мировой экономики
Устойчивость как свойство региона	Е.М. Тавойкина, Т.М. Конопляник, С.С. Гордеев, М.А. Кувшинов	Устойчивость – одно из первичных свойств любой системы

Мы придерживаемся точки зрения представителей четвертого подхода к определению дефиниции «устойчивость», поскольку региональная рыночная инфраструктура является самоорганизующейся системой, источник преобразования системы или ее функций лежит в самой системе.

В связи с чем, мы предлагаем дать следующее определение понятию устойчивости рыночной инфраструктуры, под которой будем понимать способность региональной рыночной инфраструктуры развиваться благодаря эффективному использованию и видоизменению ресурсов своего развития, наращивая показатели своего положительного изменения при минимизации затрат как возобновляемых, так и невозобновляемых ресурсов посредством эффективного функционирования своих подсистем.

Развитость производственной, рыночной и финан-

совой инфраструктуры определяет эффективность функционирования региональных и межрегиональных рынков факторов производства, потребительского рынка, конкурентоспособность региона и его адаптированность в мировой хозяйственной системе.

В исследовании проблем устойчивости первостепенное значение имеет обзор вопросов управления. Мы считаем, что методологические основы управления устойчивостью рыночной инфраструктуры региона в настоящих условиях должны иметь в своем составе:

- формирование системы целей, определяющих содержание управления устойчивостью рыночной инфраструктуры региона;
- обоснование путей реализации поставленных целей;
- выявление принципов управления процессом стабилизации рынка банковских услуг и устойчивостью рыночной инфраструктуры региона;

- формирование механизмов деактивации и локализации факторов неопределенности и нестабильности развития рынка банковских услуг и региональной рыночной инфраструктуры в целом²⁰.

Таким образом, устойчивость является важнейшим требованием качественного развития региональной рыночной инфраструктуры поскольку она, обеспечивая гибкость и маневренность инфраструктуры, не дает ей выйти за доступные пределы колебаний вокруг траектории развития, что, соответственно, позволяет избежать больших потерь и непредвиденных возмущений.

Литература

1. Андраковский М.В. Модели экономического равновесия. – Пермь: Пермский национальный исследовательский политехнический университет, 2011. – 22с.
2. Блауг М. Общее равновесие по Вальрасу // Экономическая мысль в ретроспективе. - М.: Дело, 1994. - 627 с. - С. 527-540.
3. Вайденфельд В., Вессельс В. Европа от А до Я. Справочник европейской интеграции / Пер. с нем. Л.Герле. – Рига: Alberts XII, 2008. – 544с.
4. Вернадский В.И. Научная мысль как планетное явление / В.И. Вернадский. – М.: Наука, 1991. – 270 с.
5. Максимова В.Ф., Горяинова Л.В., Куваева М.В., Лига Г.А., Пашковская М.В., Помаскина О.В. Макроэкономика / Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики. - М., - 2001. – 75 с.
6. Новаковская О.А., Митюхин Д.С. Управление устойчивостью региона // Вестник Забайкальского государственного университета. - № 2. Чита: ЗабГУ, 2015. – С. 143-152.
7. Раевский С.В. Концептуальные основы управления процессом стабилизации и развития экономики крупного региона. Москва, 2008.
8. Тарасевич Л.С. Макроэкономика: учебник для бакалавров / Л.С. Тарасевич, П.И. Гребенников, А.И. Лещуский.- 9-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2012. - 686 с.
9. Шедько Ю.Н. Устойчивость развития региона как социо-эколого-экономической системы // Электронный научно-экономический журнал «Стратегии бизнеса».- 2013.
10. Patinkin D. Money, interest and prices. New York, 1965.
11. Keynes J.M. The general theory of employment, interest and money. // [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – URL: <http://cas.umkc.edu/economics/people/facultypages/kregel/courses/econ645/winter2011/generaltheory.pdf>.

К РАЗРАБОТКЕ МОДЕЛИ ПО УПРАВЛЕНИЮ РАЗВИТИЕМ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ

Михеев Георгий Владиславович

аспирант кафедры маркетинга и управления предприятием, Кубанский государственный технологический университет, г. Краснодар

Щепакин Михаил Борисович

д-р экон. наук, профессор, декан факультета экономики, управления и бизнеса, Кубанский государственный технологический университет, г. Краснодар

MODELLING FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT RETAIL NETWORK

Mikheev Georgy Vladislavovich, graduate student of chair of marketing and enterprise management, Kuban state technological university, Krasnodar

Shchepakina Mikhail Borisovich, Dr. of economic sciences, professor, dean of faculty of economy, management and business Kuban state technological university, Krasnodar

АННОТАЦИЯ

В статье предложены факторы и функции управления развитием розничной торговой сети позволяющие с учетом состояний внутренней и внешней сред розничной торговой сети, а также конкурентной среды, вызывающей противоречия субъектов рынка адаптировать процессы системы управления для построения модели управления развития розничной торговой сети.

ABSTRACT

In article factors and management functions by development of a retail distribution network allowing taking into account conditions of internal and external environments of a retail distribution network, and also the competitive environment causing contradictions of subjects of the market to adapt processes of a management system for creation of management model of development of a retail distribution network are offered.

Ключевые слова: розничная торговая сеть; управление развитием; маркетинговая адаптация; факторы и функции управления.

Keywords: retail distribution network; management of development; marketing adaptation; factors and management functions.

²⁰ Раевский С.В. Концептуальные основы управления процессом стабилизации и развития экономики крупного региона. Москва, 2008

Сектор розничной торговли сетевой формы организации в условиях маркетинговой адаптации к требованиям рынка превращается в сложную динамическую систему, способную эффективно функционировать в рамках крупномасштабных изменений социально-экономической рыночной среды. Кардинальные изменения в розничной торговле РФ связаны, прежде всего, с резким сокращением неорганизованной торговли, стремительным ростом и развитием розничных торговых сетей, острой конкуренцией возникшей между крупными торговыми сетями России и глобальными международными розничными сетями. Исследование аспектов функционирования розничных торговых сетей на современном этапе имеет большое значение для развития отечественной розничной торговли, потому что всё еще велика интенсивность косвенной конкуренции розничных торговых сетей с открытыми уличными рынками. Международные операторы активно продолжают «наступать» на территорию России, что демонстрирует значительный уровень опасности от экспансии зарубежных торговых сетей.

Низкий уровень эффективности управления не позволяет обеспечить требуемый результат конкурентоспособности розничной торговой сети. Совершенствование управлением розничной торговой сетью предполагает разработку новых инструментов. Использование таких инструментов управления требует адаптации, что позволяет достигать конкурентного преимуществ и сохранять лидирующее положение в бизнесе. Выбор набора рациональных маркетинговых инструментов компаниями должен осуществляться исходя из необходимости достижения мотивационной проницаемости [1, с. 585].

Каждое предприятие розничной торговли, а тем более розничная торговая сеть обязаны ориентироваться на свое управление развитием, поскольку конечной целью любой экономической деятельности должна являться максимизация прибыли, что невозможно без постоянного роста и непрерывного развития. Совершенствование управления развитием требует проработки, из этого следует, что необходимо рассмотреть экономические процессы и их содержательные терминологические и организационно-управленческие аспекты, среди которых понятия розничной торговой сети, ее рынка, управление развитием и т.д.

Под «управлением развитием» будем понимать комплекс мер по воздействию на выбранный объект (предприятие) для достижения целей, предполагающих рост основных результирующих показателей путем качественных изменений объекта (рост числа филиалов, освоения рынков, эффективности реализации бизнес-процессов и т.д.). В качестве результирующих показателей могут выступать товарооборот, прибыль, рентабельность и др. [2, с. 23].

В современной экономической науке существуют различные взгляды на понятие розничной торговли. Через эти взгляды, понятия, а также усваиваемую экономическую природу процессов и явлений проявляется поведение менеджеров розничных торговых сетей. Различные представления о розничных торговых сетях по-разному влияют на возможность построения, как внутренних, так и внешних бизнес-процессов. Это, в свою очередь, оказывает определяющее воздействие на выбор инструментов,

методов, технологий и механизмов управления розничной торговой сетью. В связи с этим, понятия «розничная торговля» и «розничная торговая сеть» необходимо рассматривать в непосредственной взаимосвязи и в контексте развивающихся бизнес-процессов, обретающих свойства основного фактора в совершенствовании управленческих технологий и обеспечении безопасного функционирования и развития розничной торговой сети.

Выделим смысловые составляющие (элементы), раскрывающие экономическую природу «розничной торговли»: а) является сектором коммерческой деятельности; б) выступает элементом (частью) логистического процесса, соединяющего производителя сырья (продуктов) и конечного потребителя товаров; в) представляет собой интегратор экономических отношений, возникающих в процессе купли-продажи товаров и услуг; г) отражает завершающий этап цикла движения товаров и услуг от производителя к конечному потребителю для личного некоммерческого использования [3, с. 187-189].

Выделим ряд принципиальных особенностей сетевой формы торговли: а) единая для всех объектов торговой сети инфраструктурная сеть (совокупность инфраструктурных объектов); б) единая для всех торговых объектов (различных форматов) сети товарная специализация; в) единый для всех торговых объектов сети торговый знак; г) единый орган управления, осуществляющий руководство всеми объектами торговой сети [4, с. 288-294].

Исходя из представлений об экономической природе розничной торговли сетевой формы организации нами предлагается следующее определение: розничная торговая сеть – оператор рынка розничной торговли, использующий сетевую форму ее организации и который является интегратором экономических отношений субъектов, возникающих в процессе купли-продажи ими товаров и услуг для личного некоммерческого использования, с одной стороны, выступающий звеном институциональной инфраструктуры и элементом логистической производственно-сбытовой цепи, соединяющей производителя сырья (продуктов) с конечным потребителем, а с другой, – адаптером в системе построения партнерских отношений между потребителями и производителями товаров и услуг, ориентированных на удовлетворение потребностей и рост бизнеса.

Розничная торговая сеть как оператор рынка FMCG (сектор быстро оборачиваемых продуктов в розничной торговле Fast Moving Consumer Goods), носящая открытый характер, взаимодействует с различными субъектами ее маркетингового окружения [5, с. 411]: государством, потребителями, бизнесом (поставщиками, маркетинговыми посредниками, конкурентами и иными агентами).

Обозначенное взаимодействие в конкурентной среде на рынке FMCG формирует противоречие субъектов рынка, в рамках которого розничной торговой сети приходится выстраивать и развивать свою систему управления, которая является совокупностью функций и полномочий, необходимых для осуществления воздействия в социально-экономической системе [6, с. 207]. Поскольку деятельность человека связана с осуществлением совокупности различных действий, ведущих к достижению цели, постольку она связана с деятельностью других людей и нуждается в согласовании. Определяя задачи на достижение эффективности, работники оказываются в состоянии по-

иска разумной согласованности между требованиями организационно-экономической среды, целями и возможностями реализовать свои целевые намерения. Согласованность требований и целей достигается в результате переговорных процессов, осуществления договоренностей между всеми уровнями и участниками управления: общества с потребителями, собственниками и предпринимателями, предпринимателями и работниками, руководителями организаций и персоналом, а также между работниками внутри организационных структур [7, с. 389].

Согласование осуществляется путем воздействия на деятельность тех, кто находится во взаимодействии как внутри, так и вне организации. Воздействие может быть направлено на среду, в качестве которой выступает система управления, на средства - механизм управления, а также на действия – процесс управления [8, с. 290].

Функции управления (планирование, организация, координация, регулирование, мотивация, анализирование, контроль), отражая собственно содержание управления как такового, не определяют еще обязательную последовательность действий и не характеризуют непосредственно процесс осуществления управления. Для него определяющим является целеполагание, выяснение ситуации, выявление проблемы, постановка задач, их реализация (как способ изменения состояния управляемой системы).

Рассматривая составляющие управления, мы приходим к пониманию того, что как целесообразная деятельность управление нуждается в профессиональном обеспечении. Поэтому выяснение внутреннего наполнения управления позволяет более грамотно подойти к выработке тех решений, которые связаны с выбором построения собственно управления.

Нам представляется целесообразным выделить внутренние и внешние факторы, определяющих состояние конкурентной среды применительно к рынку FMCG.

Внутренние факторы представляют собой совокупность параметров, оказывающих регулирующее воздействие на деятельность розничной торговой сети, функционирующей в экономических, трудовых, организационных и коммуникационных взаимоотношениях. Внешние факторы являются набором не поддающихся влиянию условий и сил, требующих систематического адаптационного приспособления к ним и всех участников рыночного пространства. Так факторы находятся в постоянной динамике, благоприятное и неблагоприятное направление которой зависит от процессов, инициируемых самой розничной торговой сетью и процессами, происходящими на рынке.

На систему управления РТС воздействует ресурсно-объектный подход он предполагает учет ресурсов каждого из участников (пообъектно), которые могут быть включены в систему управления розничной торговой сети и которые формируют предпосылки для достижения требуемого (желаемого) уровня конкурентоспособности, рассматриваемой системы при достижении договоренности о сбалансированности интересов, при этом потребитель достигает тот уровень потребностей, который он заявляет на соответствующем рынке субъектам предоставляющим товары и услуги по различным аспектам этого удовлетворения.

Обеспечивать интеграцию различных составляющих управления розничной торговой сети, в частности его

маркетингового и мотивационного компонентов которые вовлечены в процессы адаптации розничной торговой сети к динамично изменяющимся условиям конкурентной среды и интеграции отдельных структур (единичных предприятий, входящих в РТС) в единое мотивационное кольцо. Эффективность указанных процессов является важнейшей характеристикой результатов взаимодействия розничной торговой сети с субъектами ее маркетингового окружения и во многом определяет конкурентоспособность РТС.

Процесс маркетинговой адаптации подсистем оказывает влияние на мотивационный интегратор, который отражает разобщенность элементов системы мотивационного кольца для единого мотивационного контроля, при этом состояние маркетингового адаптера мотивационного кольца, а, следовательно, форма осуществления и содержательное наполнение маркетинговой адаптации определяется не только процессами в подсистемах, но и интегральным показателем конкурентоспособности РТС, который учитывает совокупность показателей характеризующих эффективность деятельности подсистем единой системы управления розничной торговой сети и рассчитывается с учетом процесса адаптации для каждой подсистемы входящей в мотивационное кольцо.

Интегральный показатель конкурентоспособности – выступает критерием выбора рационального решения в механизме управления развитием розничной торговой сети.

Если значение интегрального показателя конкурентоспособности РТС не соответствует желаемому его уровню необходимо вернуться в мотивационное кольцо и исправить, адаптировать процессы той или иной подсистемы для положительного результата. Получение положительного результата будет воздействовать на механизм управления развитием РТС.

В современных условиях обострения конкуренции, роста и укрепления бизнеса, когда сверхприбыль могут получать естественные монополии или крупные транснациональные компании, а повышение уровня развития РТС посредством совершенствования ее подсистем требует существенных капиталовложений, все большее значение в обеспечении требуемых рыночных позиций РТС приобретает маркетинговая адаптация, выступающая важнейшим инструментом для достижения сбалансированности интересов субъектов взаимодействия с различными субъектами и отдельными институтами рынка, позволяющая поддерживать устойчивое развитие розничной торговой сети на рынке FMCG.

Таким образом, при создании модели управления развитием розничной торговой сети мы сможем с учетом состояний внутренней и внешней сред РТС, а также конкурентной среды, вызывающей противоречия субъектов рынка адаптировать процессы системы управления РТС для достижения сбалансированности интересов субъектов взаимодействия и устойчивого развития розничной торговой сети.

Список литературы

1. Михеев Г.В., Щепакин М.Б. Терминологические аспекты и экономическая природа сетевой розничной торговли. // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. – № 80. С. 583-592.

2. Михеев Г.В. Подходы к совершенствованию системы управления предприятием сетевой розничной торговли. / Михеев Г.В., Щепакин М.Б. // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2014. – № 5. – С. 20-27.
3. Щепакин М.Б., Мишулин Г.М., Кожура Е.А. Системообразующий фактор устойчивого развития: Монография. – М.: Изд. Академии Промышленной Экологии. – 2005. – 224 с.
4. Агабекян Р.Л., Щепакин М.Б., Щепакин М.М. Предпринимательство и рынок труда: учеб. пособие для вузов / Р.Л. Агабекян, М.Б. Щепакин, М.М. Щепакин. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ. – 2008. – 352 с.
5. Щепакин М.Б. Предпринимательство в трансформирующихся и развивающихся общественно-экономических системах. – М.: Экономическая демография, 2000. – 511 с.
6. Щепакин М.Б., Кривошеева Е.В. Модель активизации человекоцентричного ресурса в условиях маркетинговой адаптации предприятия // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – СПб: Изд. Политехнического университета. – 2015. – № 1(211). – С. 205–213.
7. Щепакин М.Б. Мотивационный фактор в формировании институциональных систем сбалансированной экономики: В кн. «Экономическая политика государства на Юге современной России». Коллективная монография / Под ред. О.В. Иншакова, Г.Б. Клейнера, В.Ф. Лазовского и др. Краснодар: ЮИМ, 2005. – С.388 – 404.
8. Щепакин М.Б., Михеев Г.В. Сетевые технологии в розничной торговле // Факторы повышения эффективности российской экономики / Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – 2014. – С. 286-292.

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТРУДА

Мищенко Анна Алексеевна

аспирантка 3 курса Тамбовского Государственного Университета имени Г.Р. Державина

EMOTIONAL COMPONENT OF PERSONNEL WORK IN CULTURAL SPACE IN ORGANIZATION

АННОТАЦИЯ

Рассматривается обмен эмоций в процессе труда персонала и руководителя. Представлены различные виды труда, которые несут в себе неодинаковую эмоциональную составляющую. Рассматриваются ожидания персонала от руководителя в эмоциональном отношении.

ABSTRACT

The exchange of emotions between personnel and director in the work is considered. Different types of work which have uneven emotional component are presented. The personnel expectations of director in emotional relation are given.

Ключевые слова: эмоциональная составляющая труда; эмоциональный труд; неэмоциональный труд; частично эмоциональный труд; ожидания персонала от руководителя в эмоциональном отношении.

Key words: emotional component of personnel work; emotional work; unemotional work; partially emotional work; personnel expectations of director in emotional relation/

Каждый работник в коллективе ежедневно контактирует с другими сотрудниками. Помимо вполне ясного и привычного для всех деятелей рыночных отношений обмена между людьми услугами и товарами, существует еще более тонкий обмен эмоциями. Для организаций, занимающихся обслуживанием клиентов в условиях личного взаимодействия «лицом к лицу», крайне важным является вопрос о качестве отношений, возникающих в данном случае между сотрудниками и клиентами. Наиболее сильным является эффект, возникающий в результате подобного обмена, в тех сферах деятельности, где отношения между клиентом и поставщиком услуги носит длительный характер, предполагающий взаимное доверие и уважение. Успех взаимодействия с клиентом во многом будет зависеть от того насколько персонал, предоставляя услугу, будет внимателен, обходителен, вежлив, приветлив и т.п. В западных странах, особенно в США, давно поняли магию улыбку, и в сервисных организациях много внимания уделяется обучению персонала, направленного на развитие умения управлять эмоциями [1].

Различные виды труда несут неодинаковую эмоциональную составляющую. «Эмоциональная составляющая труда» - это эмоции персонала, испытываемые во

время трудового процесса, выраженность которых зависит от вида профессиональной деятельности. В данном контексте более приемлемо определение «эмоций», предложенное Роллсом [8], - это состояния, вызываемые посредством вознаграждений и наказаний, включая изменения в поощрениях и наказаниях. Вознаграждение – это то, ради чего человек будет работать. Наказание – это то, чего человек хочет избежать или от чего будет уклоняться, выполняя работу. В каких-то видах труда эмоции бьют через край, а где-то они полностью отсутствуют. В связи с этим согласно эмоциональной составляющей можно выделить следующие виды труда: 1. эмоциональный труд; 2. неэмоциональный труд; 3. частично эмоциональный труд [3].

1. «Эмоциональный труд» можно определить как работу по изображению предписанных организацией определенных эмоций при работе с людьми. Термин впервые был введен Хошчайлд А.Р. (Hochschild, 1983), указавшей на необходимость в управлении собственными эмоциями в соответствии с социальными ситуациями [7]. В своем не имеющем на тот момент аналогов исследовании работников авиакомпаний, обслуживающих пассажи-

ров во время полета, Хошчайлд А.Р. анализировала попытки организаций управлять тем, как работники ведут себя и взаимодействуют с пассажирами. От стюардесс в ситуации общения с пассажирами требовалось демонстрировать в интересах компании такие эмоции, как добросердечность, участие, приветливость и удовольствие, особенно в отношении пассажиров-мужчин. И наоборот, стюардессы не должны были проявлять скуку или раздражение. По результатам исследования стюардесс авиалиний Арли написала книгу «Управляемое сердце: коммерциализация человеческого чувства».

Горбунова М.Ю. определяет «эмоциональный труд» как степень манипуляции работником своими внутренними чувствами или поведением, чтобы показать соответствующую эмоцию в ответ на организационные правила или требования трудовой роли [2].

Маанен Дж. В., исследуя специфику труда в развлекательных парках «Диснейленд», указывает, что торговля счастьем опирается на символические ресурсы, определяемые историей и дизайном парка, но также большую роль играет живая рабочая сила, которая в большей или меньшей степени готова приветствовать гостей, усаживать их в вагончики, нажимать кнопки, подносить еду, убирать мусор, подметать улицы, и в общем и целом, из кожи вон лезть, чтобы выполнить или даже перевыполнить все пожелания посетителей. Неловкие движения, грубые слова, невнимание, искусственная наигранность или сонный, скучающий вид могут подорвать бизнес и нанести ущерб продажам [4].

Подобное управление своими эмоциями предполагает определенное планирование и требует усилий, в результате чего действительно составляет настоящий труд. Эмоции, которые некогда считались проявлением личности человека, его внутренних чувств, стали своего рода товаром, который нужно уметь подавать определенным образом. В последующих исследованиях было показано, что такие организации, уделяющие внимание обращению работников с клиентами, озабочены в первую очередь тем, как управлять именно выражением эмоций, а не истинными чувствами своих работников. Руководители, управляющие модификацией эмоций подчиненными ему служащими, следуют установленным социальным нормам, определяющим, какие эмоции являются подходящими для определенной ситуации [5].

Несмотря на то, что первоначально это явление было исследовано в сфере обслуживания, эмоциональный труд относится к каждому виду деятельности. Предполагается, что любой работник будет вести себя, по меньшей мере, вежливо с сотрудниками. Истинные сложности начинают возникать в том случае, когда работник должен демонстрировать одну эмоцию, испытывая при этом другую. Такое различие называется эмоциональным диссонансом и может привести к большим потерям, как для работника, так и для организации. Запрятанные внутри чувства расстройства, злобы и нежелания подчиняться могут быть причиной эмоционального и морального истощения [6].

2. «Неэмоциональный труд» - это труд, в котором работнику не приходится контактировать с клиентами. Примером, такого вида труда могут быть: рабочий у конвейера, программист за компьютером. В такой специфике профессиональной деятельности работник не испытывает никаких эмоций от общения с коллегами. От сотрудников неэмоционального труда не требуется высказывать фальшивые эмоции в угоду клиенту.

3. «Частично эмоциональный труд» - это нечто среднее между эмоциональным и неэмоциональным видами труда. Таким сотрудникам, возможно, и не приходится контактировать «лицом к лицу» с клиентами, но они общаются внутри коллектива, их работа несет в себе определенную ответственность или содержит риск для жизни, что повышает степень эмоционального напряжения работника. Примером такого вида труда могут быть: директор, бухгалтер, пожарный [9].

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что различные виды труда несут неодинаковую эмоциональную составляющую. В связи с этим согласно эмоциональной составляющей можно выделить следующие виды труда: 1. эмоциональный труд; 2. неэмоциональный труд; 3. частично эмоциональный труд. Персоналу необходимо за счёт верного кодирования и декодирования эмоций научиться создавать комфортную эмоциональную среду для клиентов, что позволит обеспечить дальнейшее сотрудничество.

Список литературы

1. Горбунова М.Ю. Эмоциональная составляющая подготовки специалистов для туристической отрасли, с. 1.
2. Горбунова М.Ю. Эмоциональный труд работника помогающих профессий [Текст] / М.Ю. Горбунова // Проблемы гуманитарных наук: история и современность: Альманах. Вып. 4. Саратов: Саратовский государственный социально-экономический университет, 2008. С.102.
3. Кин Е.И. Идентификация видов труда: эмоциональная составляющая. Экономика. Вестник томского государственного труда. № 1 (13). – 2001. с. 77.
4. Маанен Дж. В. Фабрика улыбки: работа в Диснейленде // Антология организационной психологии / Барри М. Стоу; [Пер. с англ.: С.Е. Пале] [Текст] / Дж. Маанен. М., 2005. С. 376.
5. Мищенко Е.С., Мурзина К.С., Черемисин А.А. Статья «Понятие эмоционального труда и его значение в сфере высшего профессионального образования». Журнал. Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. № 3 (41). 2012. с. 213.
6. Ekman, P. Smiles When Lying / P. Ekman, W.V. Friesen, E.L. Rosenberg. London: Oxford University Press. 1997. P. 201 – 216.
7. Hochschild, A.R. The Managed Heart: the Commercialization of Human Feeling / A.R. Hochschild. – Berkeley: The University of California Press, 2003. – 273 p.
8. Rolls, E.T. The Brain and Emotion. New York.: Oxford University Press. 1999.

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К ИДЕНТИФИКАЦИИ РЫНКА ПОСАДОЧНОГО МАТЕРИАЛА ВИНОГРАДА

Молчанова Юлия Васильевна

к.с.-х.н., старший преподаватель, Академия строительства и архитектуры, г.Одесса

MARKETING APPROACH IN AN IDENTIFICATION OF GRAPEVINE PLANTING MATERIAL MARKET

Molchanova Iuliia, Candidate of Science, assistant professor, State Academy of Civil Engineering and Architecture, Odessa

АННОТАЦИЯ

Целью исследования является определению рынка посадочного материала винограда и идентификация его границ. Методом исследования выбран эволюционный подход. Полученные результаты являются основанием для выполнения мероприятий целевого маркетинга.

ABSTRACT

The aim of this study is a practical realisation of the marketing approach to the identification of grapevine planting material market. As method of the investigation an evolutionary approach was chosen. The obtained data are base for the target marketing events.

Ключевые слова: посадочный материал, виноград, товарный рынок, потребители.

Keywords: Keywords: planting material, grape, commodity market, consumers.

Рынок посадочного материала винограда составляет основу инфраструктуры виноградно-винодельческой отрасли. Отраслевое видение рынка включает факторы, определяемые предприятиями и общими технологиями производства товаров и услуг. Маркетинговый подход к определению товарного рынка ориентирован на спрос и потребителей. Согласно литературным данным [1, с. 401] наиболее продуктивный подход к идентификации границ товарного рынка включает следующие предпосылки:

- потребители рассматривают товары с точки зрения тех преимуществ, выгод которые они получают, также учитывая и те затраты, которые связаны с процессами покупки и использования товара;
- отдавая предпочтение тем или иным альтернативам выбора потребители ориентируются на предшествующий опыт потребления и знания, которые уже существуют в отношении той или иной товарной категории;
- определение товарного рынка не может быть отделено от конечных направлений использования продуктов.

Эти предпосылки были приняты к вниманию в процессе определения особенностей развития рынка посадочного материала винограда и поиска оснований для идентификации его границ, что составило цель данной исследовательской работы.

В качестве метода исследования был выбран эволюционный подход, позволяющий отследить взаимодействие товара и потребителя сквозь призму исторических процессов рынка.

Потребителями посадочного материала винограда выступают как организации, так и индивидуальные потребители, всех их привлекает, прежде всего, высокая доходность виноградарства, - окультуренная человеком виноградная лоза эффективно аккумулирует солнечную энергию и возвращает ее человеку в виде, богатого органическими веществами урожая ягод и конечных продуктов его переработки.

Разнообразие форм виноградного растения связано с продолжительностью эмпирического отбора человека, который насчитывает более 6 тысяч лет. В практике промышленного виноградарства культивируемые сорта размножают только вегетативным способом. Посадочный материал определяет возможность передачи определенного набора свойств и уровней их качества в рамках каждого из паттернов потребления урожая ягод винограда [2, с. 5].

Первоначально посадочный материал предлагался рынку в виде способной к укоренению части виноградной лозы. Технология производства посадочного материала не предполагала сложных процессов: по мере вызревания лоза заготавливалась, а потом хранилась до момента продажи. Визуальной оценки было достаточно для формирования суждений покупателя об объективном качестве товара, - насколько его производство соответствует существующим стандартам и позволяет покупателю получить жизнеспособное растение. Субъективное качество посадочного материала представляют те атрибуты, которое заложены в самой природе виноградной лозы. Уровень объективного качества по разному оценивается для разных направлений использования урожая. Потребление в свежем виде предполагает оценку характера окраски и окраски ягод, консистенцию ее мякоти, внешний вид гроздей, ее вкус и аромат, возможность транспортировки урожая к месту продажи. Получение качественной сушеной продукции связано со стеноспермо- и партенокарпическим типом развития ягод винограда. Технология виноделия предполагает высокое накопление сахаров в соке ягод винограда при достаточном уровне кислотности, устойчивостью суслу к окислению и т.п. Варьирование значимых субъективных свойств, в рамках каждого паттерна потребления урожая ягод винограда, позволяет удовлетворять самые разнообразные запросы потребителей посадочного материала винограда. Гарантом наличия субъективного качества уже на первых этапах развития рынка выступала, прежде всего репутация продавца, а потом опыт покупателя.

Прибыльность возделывания культуры винограда, ее высокая экологическая пластичность наряду с простыми процессами производства посадочного материала, определили активное перемещение виноградной лозы на новые территории и новые континенты. Первые американские колонисты также привезли с собой лозы, но попытка создать промышленные насаждения не увенчалась успехом. Перемещенный посадочный материал не обладал, в отличие от местных диких форм, устойчивостью к американским болезням и вредителям винограда, плохо переносил высокое содержание растворимых форм извести в почве. Местные формы американского винограда не обладали потребительскими свойствами культурного винограда. Компромисс для потребителей представили лозы первых межвидовых гибридов европейских и американских сортов винограда. Позже гибриды-прямые производители попав в Европу с целью их изучения в коллекциях, а вместе с ними были завезены возбудители опасных болезней винограда. На рубеже XIX и XX столетий европейское виноградарство находится в глубоком кризисе, значительно сокращались площади виноградников, уменьшилось производство качественных вин.

Ответом на кризис стали два подхода к проблемной ситуации: совершенно новая технология посадочного материала – привитой саженец винограда, и целый ряд динамически непрерывных инноваций с различной степенью комплексной устойчивости к наиболее выредоносным болезням и вредителям.

Технология производства привитого саженца объединила два компонента – лозу подвойных и привойных сортов винограда, их объединение в одном продукте позволило предоставить рынку искомую получить потребителями совокупность важных характеристик товара. Подвойный компонент составляли адаптированные к местным условиям подвойные лозы, которые вели свое происхождение от американских местных видов винограда и обладали устойчивостью прежде всего к филлоксере; привойный компонент сохранял все выгоды, важные для потребителей в рамках каждого направления потребления урожая ягод винограда.

В результате развития процессов межвидовой гибридизации винограда рынок смог получить множество новых продуктов, в которых набор традиционно искомых потребителями характеристик дополнился наличием устойчивости к болезням и вредителям. Если устойчивость к корневой филлоксере отсутствовала, то также использовалась технология привитого саженца. Оценка объективного и субъективного качества новых рыночных

предложения посадочного материала значительно усложнилась, потребитель вынужден все больше и больше полагаться не на собственные суждения и опыт, а на внешние по отношению к товару сигналы качества, такие как цена, торговая марка, рекомендации продавца.

Результаты исследования позволяют рассмотреть рынок посадочного материала винограда как совокупность разнообразных рыночных предложений (товаров и сопутствующих им услуг) компаний-производителей, и потребителей, одинаково оценивающих выгоды рыночные предложения в рамках устойчивых паттернов потребления урожая ягод культурного винограда. Несмотря на то, что сложившиеся схемы потребления культурного винограда почти неизменны во времени, выделение субрынков на основании конечных направлений использования продуктов виноградо-винодельческой отрасли не является досточным для реализации мероприятий целевого маркетинга. Технология производства посадочного материала и затраты на его производство в рамках паттернов не имеют значимых различий. Однако такое разделение имеет важное значение для развития стратегий дифференциации и позиционирования.

Интерес для исследователя представляют группы потребителей с одинаковой чувствительностью к существующим рискам и изменениям в технологии производства посадочного материала, общим подходам оценки субъективного качества. Такое основание позволит выделить желаемые характеристики товара и предоставить комплексы товаров и услуг релевантные динамики запросов и достаточные для развития долгосрочных отношений в каждом, выделенном в качестве цели предпринимательства сегменте рынка посадочного материала винограда.

Литература

1. Дей, Джордж. Ориентированные на потребителей подходы к идентификации товарных рынков / Д. Дей, А. Шокер, Р. Шривастава. - С.398-418 // В кн.: Классика маркетинга: Сб. работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг / Сост.: Б. М. Энис и др.; [Под. общ. ред. Ю. Н. Каптуревского; Пер. с англ. Т. Виноградовой и др.]. - СПб.: Питер, 2001. - 746 с.
2. Оснач О.Ф., Молчанова Ю.В. Класифікація інновацій на ринку садивного матеріалу винограду // Науковий вісник – Одеський державний економічний університет. Науки: економіка, політологія, історія. – 2005. - № 5 (17). – С. 1-10.

ПРИМЕНЕНИЕ МИРОВОГО ОПЫТА АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИДНЕСТРОВЬЯ

Муравьева Наталья Юрьевна

ст. преподаватель, Приднестровский Государственный Университет им. Т. Г. Шевченко, г. Тирасполь, Молдова, аспирант, Российский Экономический Университет, им. Г.В. Плеханова, г. Москва

APPLICATION OF THE WORLD EXPERIENCE ANALYSIS AND FORECASTING PERFORMANCE INDICATORS OF TRADE ORGANIZATION IN TRANSNISTRIA

Muravieva Natalia, Senior teacher, Transnistrian State University by T.G. Shevchenko, Tiraspol, Postgraduate Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы существующие разработки классификации и формирования показателей. Подчеркнута необходимость совершенствования методологии формирования показателей в связи с изменением их экономической интерпретации и свойств. Рассмотрен каузальный подход при формировании системы сбалансированных показателей. Даны рекомендации совершенствования статистической отчетности в части характеристики условий функционирования хозяйствующих субъектов на основе неучетной информации.

ABSTRACT

The article analyzes the development of the existing classification and formation of indicators. The necessity of perfection of methodology of formation of indicators is underlined due to changes in their economic interpretation and properties. The causal approach to the formation of a balanced scorecard is considered. The perfection recommendations are done how to improve the statistical reporting of the characteristics of the conditions for the functioning of economic entities on the basis of non registry information.

Ключевые слова: экономический анализ; система сбалансированных показателей; ключевые показатели эффективности; каузальный подход.

Keywords: economic analysis, balanced scorecard, key performance indicators, causal approach (causal connection).

В массе разнообразной информации, используемой для управления бизнес-явлениями и процессами, чаще всего общей элементарной величиной выступает простой измерительный показатель, являющийся численной характеристикой какой-либо материальной или нематериальной субстанции. Важность единства методологии формирования таких элементарных величин заключается в необходимости поддержания объективности, сопоставимости и взаимосвязанности характеристик хозяйствующего субъекта в целом и его отдельных сторон.

Актуальным в наше время становится раскрытие экономического содержания показателей как количественной интерпретации соответствующих категорий. Известно, что жизненный цикл экономических теорий относительно небольшой по сравнению, например, с математическими или физическими. Понимание категорий, вытекающее из определенных теоретических воззрений, со временем меняется, что отражается на интерпретации экономического содержания и свойств показателей. При этом информационная база для принятия управленческих решений, формируемая без учета происходящих изменений, может привести к негативным последствиям из-за противоречий между подразумеваемым по умолчанию и реальным экономическим содержанием отдельных показателей, например, для рентабельного предприятия на грани банкротства. Подобные проблемы решаются с помощью экономического анализа путем своевременного выявления возникающих противоречий, их устранения и определения новых перспектив за счет совершенствования методологического инструментария, включающего сбалансированность учетных и неучетных показателей.

Потребность учета стратегических перспектив при формировании информационно-аналитического обеспечения управления хозяйствующими субъектами находит отражение на всех уровнях регулирования экономики. Правительство Приднестровской Молдавской Республики приняло решение о реформировании бухгалтерского учета и разработало концепцию его развития. Комплекс мероприятий, осуществляемых в плане реализации данной концепции, приводит к положительным изменениям в формировании информационной базы, внедрению новых информационных технологий, приближению финансовой отчетности к требованиям международных стандартов. Эффективность этих мероприятий, в первую очередь, зависит от того, насколько отвечает современным

вызовам времени методология формирования блока первичных элементов информационно-аналитической базы для принятия управленческих решений - самих показателей. Западные экономисты активно практикуют выделение данного блока в самостоятельное направление научно-практических исследований, например, Н.Р. Friedag, Р.С. Kaplan, D.P. Norton, W. Schmidt и др. Система сбалансированных показателей (ССП) введена в научный оборот в начале 90-х гг. прошлого столетия американскими профессорами Р.С. Капланом и Д.П. Нортоном и стала общепринятым обозначением широкого круга вопросов, связывающих простые элементы информационной системы с задачами эффективности и стратегии развития хозяйствующих субъектов.

Совершенствование информационной базы и системы показателей, используемых в управлении хозяйствующим субъектом, всегда было одним из приоритетных направлений научных исследований в области статистики, бухгалтерского учета, экономического анализа и аудита [1; 3; 4]. Значительный вклад в разработку данного направления внесли такие известные отечественные ученые, как А.С. Бакаев, М.И. Баканов, С.Б. Барнгольц, П.С. Безруких, О.В. Голосов, В.Б. Ивашкевич, В.Б. Либерман, М.В. Мельник, Е.А. Мизиковский, О.М. Островский, А.Д. Шеремет, Л.З. Шнейдман и др. Однако на сегодняшний день не в полной мере решена проблема перспективной направленности систем показателей и использования их для прогнозного анализа развития хозяйствующих субъектов.

Не умаляя устоявшиеся принципы классификации показателей, но обобщая существующие разработки, можно увидеть достаточно четкие контуры группировочных признаков, которыми руководствовались большинство авторов. Характерна группировка показателей по формальному и содержательному аспектам. В формальном аспекте выделяются натуральные, стоимостные, абсолютные, относительные, плановые, фактические и другие подобного рода показатели. Содержательный аспект не имеет таких общепринятых группировочных дефиниций, однако и здесь можно найти, по крайней мере, три возможных подхода к формированию показателей. Первый - это определение простых измерительных показателей, дающих элементарные пространственно-временные характеристики фактам хозяйственной жизни, отвечающие на такие вопросы, как: что, сколько, когда, где. Сюда относятся учетные единицы, калькуляционные элементы,

аддитивное разложение итоговых показателей на составные части, а также другие аналогичные элементные характеристики.

Второй подход в содержательной определенности экономических показателей направлен на характеристику интегрального результата деятельности хозяйствующего субъекта. Это, например, показатели валовой, чистой продукции или экономической добавленной стоимости.

Третий подход объединяет показатели, дающие комплексную оценку экономического состояния предприятия. Основной задачей этого направления формирования показателей является нахождение способов численного выражения качественных характеристик той или иной стороны деятельности предприятия или его экономики в целом. Разнообразные варианты решения такой задачи можно объединить в две основные группы. К первой относится представление по схеме факторного анализа какого-либо обобщающего показателя, например в формуле Дюпона. Ко второй - разнообразные приемы рейтинговой оценки по кругу выбранных параметров.

Современные достижения информационных технологий и возможности программных продуктов создают предпосылки для принципиально нового направления формирования систем показателей на основе стратегического балансирования базовых финансовых и нефинансовых параметров хозяйствующего субъекта [2]. К ожидаемым положительным результатам от реализации данного направления, прежде всего, следует отнести расширение контроля над факторами экономического развития и, как следствие, создание условий для более полного их использования. Новая система сбалансированных показателей предполагает также соответствующую разработку методологии анализа, которая позволит обогатить содержание информационно-аналитического обеспечения управления хозяйствующим субъектом и практически реализовать потенциальные возможности концепции сбалансированности. Значительный интерес представляет нахождение перспективного синергетического эффекта в ходе анализа сбалансированности факторов экономического развития, выраженного в стабильном и долгосрочном приросте капитала.

В отечественной экономике количество показателей, контролируемых каждым хозяйствующим субъектом, неуклонно увеличивается. Здесь выделяются две причины: институциональная, характерная для рыночного расширения предпринимательских компетенций, и общеэкономическая, вытекающая из поиска возможных преимуществ в конкурентной среде. Отечественный бизнес получил возможность не только внутренних инициатив, но и внешних задач (у кого покупать, что производить, кому продавать). Эти институциональные изменения увеличивают объем необходимых в управленческом процессе исходных показателей, связанных с внешней средой по материальному взаимодействию и условиям (изменения, риски и подобные). Данный сегмент внешних показателей, характеризующий предпринимательские сети, существует как в консолидированных вертикальных управленческих связях, так и при горизонтальных взаимоотношениях хозяйствующих субъектов. Разница лишь в том, к чьим компетенциям он относится. Для западной рыночной экономики, в отличие от отечественной, показатели данного сегмента всегда были непосредственно в компетенции хозяйствующих субъектов.

Вторая, общеэкономическая, причина расширения круга релевантных показателей и уточнения содержания уже существующих заключается в необходимости большего объема знаний о положении хозяйствующего субъекта с целью повышения управляемости и конкурентных преимуществ. Например, разнообразие показателей нематериальных активов, дополнение значений величин финансовых вложений и дебиторской задолженности показателями внешней среды и рисков дают глубокое проникновение в суть экономики хозяйствующего субъекта. Это предоставляет возможность более эффективно управлять им, в первую очередь, по прогнозным задачам.

В настоящее время все более заметным становится расслоение управления на материализованный уровень и уровень, относящийся к виртуальным расчетам и решениям. Первый уровень связан с поиском возможностей поддержания конкурентоспособной эффективности текущей деятельности. Необходимость второго уровня виртуальных расчетов и документов для достижения желаемого состояния в будущем обусловлена неизбежностью прогресса и исчезновения тех хозяйствующих субъектов, которые не способны его реализовать. Возможность этого уровня управления зависит от глубины познания внутренних и внешних факторов и закономерностей развития хозяйствующего субъекта, что предполагает нахождение соответствующих количественных характеристик, выраженных определенными показателями, установление между ними взаимосвязей и направленности изменений. Другими словами, речь идет об определении схемы функционирования и развития хозяйствующего субъекта с помощью установления формально-логических взаимосвязей в системе его показателей.

На протяжении многих лет методические основы оценки деятельности хозяйствующего субъекта эволюционировали. Но данная проблема по мере развития теории организации и управления бизнесом всегда решалась, по сути, за счет выделения той или иной приоритетной цели и, соответственно, показателя, характеризующего степень ее достижения. Прослеживаются определенные тенденции в развитии показателей эффективности управления хозяйствующим субъектом или, более конкретно, собственностью, капиталом. Начиная с 20-х гг. прошлого века длительное время основным показателем считалась рентабельность инвестиций (ROI), а также показатели модели Дюпона (Du Pont Model). В 1970-е гг. активно стали использоваться показатели чистой прибыли на одну акцию (EPS) и коэффициент цены акции на прибыль (P/E). 1980-е гг. актуализировали более глубокие характеристики эффективности управления хозяйствующим субъектом (акционерным капиталом). Они реализовались в таких специфических показателях, как, например, соотношение рыночной и балансовой стоимости акции (P/BV), рентабельность акционерного капитала (ROE), рентабельность чистых активов (RONA), денежный поток (Cash Flow). С начала 1990-х гг. происходит дальнейшее развитие такого рода показателей, к которым относятся экономическая добавленная стоимость (EVA), прибыль до выплаты процентов, налогов и амортизации (EBITDA), рыночная добавленная стоимость (MVA), созданная акционерная стоимость (SVA), система сбалансированных показателей (BSC), показатель совокупной акционерной доходности (TSR), денежный поток на инвестированный капитал (CFROI).

Сбалансированная система показателей позволяет расширить количественные характеристики хозяйствующего субъекта, получаемые на основе бухгалтерского учета. Это дает новое качество информационно-аналитического обеспечения управления хозяйствующим субъектом. Набор взаимосвязанных сбалансированных показателей позволяет оценить текущее состояние хозяйствующего субъекта с позиций стратегии его развития. Эта система показателей предполагает установление взаимосвязи между ключевыми показателями эффективности, характеризующими степень достижения целей, и критическими факторами успеха, количественно характеризующими мероприятия, направленные на достижение поставленных целей. В целом сбалансированная система показателей согласуется с исходными положениями традиционного комплексного анализа. Одним из недостатков данной системы показателей является упрощенное представление связи комплекса мероприятий и обеспечиваемых целей.

Гибкость структуры и способность модифицироваться являются несомненными преимуществами системы сбалансированных показателей. Однако это преимущество в большей степени связано с возможностями горизонтального расширения системы за счет новых одноуровневых показателей. В то же время завершенность системы требует иерархической упорядоченности и единого целевого ориентира, т.е. базового показателя или алгоритма, по которому измеряется успешность реализации стратегии и эффективность функционирования хозяйствующего субъекта. Также в ССП нет четкой завершенности в вопросах сводимости ключевых показателей эффективности в целевую функцию. Разнообразные цели хозяйствующего субъекта с помощью системы сбалансированных показателей сводятся в конечном итоге к финансовым целям, что вполне оправдано. Однако это достигается на основе дескриптивных стратегических карт, не дающих четкого определения центра ответственности за общий результат, который можно было бы получить в условиях построения целевой функции.

На наш взгляд, с точки зрения практического применения заслуживает внимание предлагаемый ученым Фомин В.П. подход к формированию и анализу сбалансированных показателей, основанный на формализованном установлении количественных характеристик сбалансированности, являющихся основой определения будущих производственных потребностей [5]. Автором предлагается использовать каузальный подход при формировании системы сбалансированных показателей. Он базируется на понимании их причинно-следственных связей и позволяет выявить моменты, чувствительные к управленческим решениям, направленным на получение будущего желаемого результата. Поэтому система сбалансированных показателей рассматривается не просто как совокупность финансовых и нефинансовых показателей, которые являются наиболее важными с точки зрения текущего положения и будущих стратегических целей развития хозяйствующего субъекта. К обязательным атрибутам системы сбалансированных показателей предлагается относить все релевантные производные от этих показателей, согласованные друг с другом в цепочке причинно-следственных

связей, приводящих к заданным целям. Нефинансовые цели хозяйствующего субъекта, например реинжиниринг определенных производственных процессов, всегда можно интерпретировать в финансовых показателях, так как результативный прирост капитала имеет универсальное финансовое выражение. Согласованность финансовых и нефинансовых показателей и их производных отражает сбалансированность состояния и развития хозяйствующего субъекта. Это значит, что каждый элемент кругооборота капитала должен, прежде всего, согласовываться со смежным предшествующим и последующим элементами в причинно-следственной цепочке кругооборота капитала. Согласованность массы смежных элементов предопределяет согласованность их агрегатов или сложных показателей. Каждый такой элемент представляет собой форму, в которой отражаются итерации кругооборота капитала.

Итак, предложенный вашему вниманию материал относится к базовым организационным и теоретическим положениям формирования сбалансированных показателей в современных условиях хозяйствования. Уделено внимание проблемам, возникающим при попытках установления наиболее актуальных показателей для экономических субъектов. Рассмотрены пути обеспечения соответствия системы сбалансированных показателей современным требованиям информационно-аналитического обеспечения управления хозяйствующим субъектом.

Выкладки, предложенные в статье, могут стать основой аргументации выбора конкретных оперативных и стратегических управленческих решений для менеджмента предприятий, в том числе торговых. Результаты исследования могут быть использованы Государственной службой статистики для подготовки предложений, связанных с дальнейшим совершенствованием статистической отчетности в современных условиях, особенно в части характеристики условий функционирования хозяйствующих субъектов на основе неучтенной информации, такой как, например, доля покрытия рынка или степень удовлетворения спроса.

Список литературы

1. Илышева Н.Н. Анализ в управлении финансовым состоянием коммерческой организации / Н.Н. Илышева, С.И. Крылов. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2011. – 240 с.
2. Крылов С.И. Развитие методологии анализа в сбалансированной системе показателей: монография. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 152 с.
3. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта: Учебное пособие / С. Б. Барнгольц, М. В. Мельник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 238 с.
4. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности: Учебник / Под ред. О.Э. Башиной, А.А. Спирина. - 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 440 с.
5. Фомин В.П. Анализ показателей сбалансированного развития хозяйствующего субъекта // Экономические науки. – 2008. – №1 (35). – С. 351-354.

ЦЕЛЕВАЯ ФУНКЦИЯ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ФИЛОСОФИИ ХОЗЯЙСТВА

Нисанов Я.И.,

научный сотрудник экономического факультета МГУ, Москва

THE OBJECTIVE FUNCTION OF ECONOMIC MODELS OF HUMAN BEHAVIOR IN THE AXIOLOGICAL SYSTEM OF ECONOMIC PHILOSOPHY

Yakhya I. Nisanov, ph.d., researcher at the economic faculty of Moscow state University, Moscow

Последние десятилетия развития экономической теории все больше пересекаются с проблематикой философской антропологии в вопросах участия человека в экономической и хозяйственной сферах, что определяет интерес к созданной Максом Шелером научной концепции философской антропологии. Современная философско-хозяйственная школа экономической науки рассматривает применимость феноменологической методологии для развития философии хозяйства, как самостоятельного направления экономической теории, что так же непосредственно связано с научным наследием Макса Шелера. Третьим важным направлением развития экономической науки, непосредственно связанным с наследием Макса Шелера, представляется аксиология в поведении человека, которая выступает основополагающей базой для гипотетического формирования целей в моделировании поведения экономического поведения человека.

Научное осмысление аксиологии считается одним из важнейших открытий Макса Шелера. Основные тезисы развития экономической теории во взаимосвязи с наследием Макса Шелера, подчеркивающие место аксиологии в нем, изложены в «Манифесте развития экономической теории...» предложенном на сайте Московского отделения Российского общества Макса Шелера. [1, с/390]

Либеральный подход классической экономической теории в описании целей и мотивов деятельности человека традиционно сводится к рациональным действиям экономического человека ("homo economics"). Приоритет рациональности и материальных целей одинаково присутствует в развитии различных экономических школ, хотя по-разному оцениваются приоритеты поставленных целей поведения.

Такое отношение в аксиологии экономического поведения было перенесено (экстраполировано) на формирование моделей экономических систем и создание государственных и общественных инфраструктур и институтов для достижения высоких результатов в моделях их развития. Традиционно, при этом выпала из поля зрения экономического регулирования сфера отправления духовных потребностей в жизни человека, оставлена без внимания версия духовных приоритетов материальной жизни человека при исследованиях экономического поведения человека и программирования целей деятельности в экономическом разделении труда.

На ранних стадиях экономического развития общества такое ограниченно-искаженное представление не было всеобщим и не нарушало экзистенциальные иррациональные мотивы деятельности человека, традиционные и имманентные самому определению человечности.

Аксиология философской антропологии востребована и необходима для выявления и научного исследования адекватной системы целей и ценностей жизнедеятельности человека при создании моделей экономического поведения человека и на их основе – экономической теории, экономической политики и экономического регулирования посредством формирования институтов, инфраструктуры и других компонентов в структуре государственной юрисдикции. Экономическая теория постоянно выявляет и описывает недостатки в функционировании практических формирований в реализации экономических программ, хотя одно из базовых упущений – отсутствие адекватного подхода к аксиологии экономического поведения.

Аксиология философской антропологии Макса Шелера сохраняет высокую актуальность, научную значимость и предоставляет методологическую базу для проведения таких исследований с прикладным использованием в экономическом моделировании и институциональном регулировании развития в обществе.

Значительным вкладом в развитие экономической теории могло бы стать использование феноменологической методологии, развитой и обоснованной в работах Макса Шелера. В процессе своего развития феноменология была использована в развитии философии как науки и применима в сфере рассмотрения истинности научного знания, что, само по себе, для общественных наук сохраняет большую значимость и дискуссионность в понимании. Тем не менее, с началом использования и развития школы философии хозяйства в рамках экономических наук применительно к философскому подходу описания хозяйства может быть применима (и частично применяется) феноменологическая методология в формировании критериев истинности научного знания в философии как науке.

Этот опыт, по нашему мнению, заслуживает тщательного исследования, развития и распространения на другие гуманитарные науки, в том числе в составе экономических знаний. Во многом философского хозяйственный подход позволяет продвинуться в этом направлении.

В современной экономической теории сложились две полярные идеологии, опирающиеся на модели «экономического» и «социального человека» понятиями, в большинстве случаев, в смысле не первоначальном, а как модели «эгоцентричного человека» и человека «социализированного». Эти различия обусловлены различными доминирующими признаками экономического мировоззрения — либерально-индивидуалистическим или социально-дирижистским. Попытки соединить их в абстрактную модель человека с типичной в рамках единой теории, будь то с помощью диалектического восхождения

(как у Маркса), или путем их «мирного сосуществования» (как у Маршалла) не дали пока готовых к применению результатов. [2,3,4]

Особое место в общественных науках занимает модель «духовного человека». М. Веблен, считая, что социальные институты сковывают творческие способности людей, подчеркивал регулируемую роль религии, «привычных способов осуществления процесса общественной жизни в ее связи с материальным окружением, в котором живет общество». Его модель отличается от других, тем, что она является не инструментом, а результатом исследования, приводящим к обоснованию ценностей и целей поведения человека, в то время как другие модели пытаются предсказывать его поведение на основе акцентирования какого-либо одного из качеств личности. Несмотря на многие преимущества, использование модели «духовного человека» в современной экономике имеет ряд ограничений: во-первых, из-за глобализации, способствующей развитию деловых отношений среди представителей разных религиозных конфессий; во-вторых, из-за невозможности применить абсолютные нравственные ценности в ситуациях конкретного нравственного выбора.

Выходом из «тупика моделей» многие современные исследователи видят в возрождении в экономике целостного взгляда, присущего общественной мысли античного и средневекового периодов. Для этого необходима комплексная модель человека. И чтобы ее построить, предлагается:

- восстановить «каналы» взаимопроникновения научных знаний различных отраслей, устранить искусственно возникшие противоречия среди предложенных моделей человека;
- разработать систему показателей справедливости, взаимосвязанных с показателями эффективности, которые можно использовать в задачах оптимизации;
- разработать процедуры эτικο-правового сотрудничества, нацеленного на выявление интересов и достижение их консенсуса;
- создать новые информационные технологии, позволяющие вести согласовательные процедуры, получать, накапливать, систематизировать и обобщать информацию о требованиях этичности тех или иных аспектов хозяйственной деятельности;
- формулировать на основе обработанной информации конкретные принципы справедливости и устанавливать соответствующие им показатели;
- вести контроль их соблюдения, выявлять несовершенные и устаревшие принципы и при необходимости обновлять их;
- разрабатывать эτικο-правовые нормы и нормативы справедливых экономических действий.

Нужно так же упомянуть проблематику экономической антропологии, дисциплины, которая трактуется как наука о неэкономической мотивации хозяйственной деятельности. Создателем этой дисциплины является выдающийся американский ученый К. Поланьи, хотя в ее разработке участвует немало талантливых исследователей (М. Саллинз, В. Нил и др.).

Для полноценного представления о применимости экономической антропологии к исследуемым проблемам следовало бы проследить ее эволюцию. В наиболее раз-

витых системах исследований о культуре, на стыке философских наук и достижений искусства, в продолжение развития культурологической ветви современной гуманитарной науки, была со временем сформирована культурная антропология. Эта область знаний пришла к исследованию человека, образно выражаясь, сверху. То есть из сфер развитой духовности, культуры и искусства были предприняты попытки выкристаллизовать образ типичного (а значит, и отличного от типа) человека. Эта направленность исследований «сверху» была невообразима высока и абстрагирована для человека существующей хозяйственной реальности, но потребность к практическим параметрам исследований привела со временем к более «приземленной» конкретизации культурной антропологии. Таким образом была определена экономическая антропология. Имея в потенциале огромный объем фактического материала в культурологической сфере, она, тем не менее, все еще остается высоко в абстракциях по отношению к человеку хозяйственной реальности. Но, что приоритетно для экономической антропологии, - она позволяет в полной мере с большим опытом в исследованиях внедрить в исследования феноменологическую методологию, ориентированную на научность знания с точки зрения его установочных предпосылок. И данный метод во многом достигим лишь благодаря специфично используемому в искусстве индивидуализированному вверению истинного знания, что для научной сферы остается неизвестным, незнакомым и потому нереализуемым приемом описания особенного объекта исследования – человека – интересного в своих проявлениях и за пределами научного знания.

Широта охвата и «аффилированность» с культурной антропологией вызвала немалое противодействие в научных школах. Представлялось, что судя по названию, экономическая антропология должна заниматься человеком и его экономическими деяниями и делами. Но не глядя эта наука описывающей человека и не занимается она проблемами его жизни, как этого хотелось бы ученым-экономистам.

Занимается экономическая антропология главным образом тремя проблемами: 1) исследование различных институтов, посредством которых общество «укрощает», регулирует экономическую жизнь людей; 2) исследование возможных форм трансформации рынка социально контролируемой экономики; 3) исследование пагубных последствий на общество, природу и человека свободного саморегулирующегося рынка.

Основным в экономической антропологии является сокрушительная и тотальная критика идеологии и практики свободного саморегулирующегося рынка; местами эта критика по своему пафосу и глубине приближается даже к марксизму. К. Поланьи аргументировано доказывает, что свободный рынок разрушает общество, превращая его в непрерывно воюющие друг с другом классы, запускает механизм деградации человека. Рынок чудовищно искажает человеческую жизнь, превращая в товары то, что товаром не является и быть не может. Товар — это продукт труда, пущенный на продажу. Но природа — это не продукт труда, хотя капитал делает ее товаром; не является товаром и человеческая жизнь, ибо человек «производит» ее не для купли-продажи; не являются товарами и духовно-моральные ценности, ибо они воз-

ники не для рынка, а для регуляции и совершенствования человеческого бытия. А коль скоро все эти нетоварные реалии стали товаром, то вместе с прибылью они стали продуцировать глобальные кризисы. «...Катастрофические сдвиги, вызванные подобными процессами, разрушают человеческие связи и грозят уничтожением естественной среды существования человека» [5, с.54]

Но мощный критический запал экономической антропологии быстро иссяк. Нельзя не согласиться с выводами отечественных исследователей: «В конце 1970-х — начале 1980-х гг. в экономической антропологии намечаются кризисные явления. Прежде всего, стало выходить гораздо меньше статей. За опровержением неоклассического подхода не последовало создания собственного инструментария и собственной теории. В связи с этим ряд экономистов обращаются к марксистской теории...» [6, с.170]

Действительно, многое из «нововведений» экономической антропологии глубже, точнее и прагматичнее раскрыто в социально-экономической теории марксизма.

К. Маркс считал, что искаленные рынком люди могут исцелиться лишь посредством всемирной революции. Даже если это и не так, но теоретически революция давала концептуальный повод для формирования фактора позитивных ожиданий. А что делать экономическому человеку, которому экономическая антропология раскрыла ужасающую правду о его положении без научного анализа и рекомендаций, предполагая лишь, что как-то будет сформирована социально ориентированная рыночная экономика? Широта охвата и комплекс неразработанных проблем экономической антропологии отчасти привели к ее нивелированию со стороны исследователей.

Выход, видимо, нужно искать на путях анализа объективной логики развертывания самой экономической деятельности экономического человека, который вынужден был этой логикой стать из морального субъекта экономически ангажированным человеком. Который позднее будет принужден этой же логикой усваивать элементы коллективистского, общественного, социо-альтруистического поведения и становиться субъектом формирования собственной социально-интегрированной жизни. И такому пониманию категории «экономического человека» во многом поспособствовал прямой и неадекватный перевод гносеологического содержания понятия. Исследовательская работа по самостоятельному развитию этого направления в отечественном человековедении может преодолеть такое «имитационное» заимствование из прямолинейных переводов зарубежных научных работ.

Библиография

1. Нисанов Я.И. Феноменологическая методология М.Шелера и моделирование как методы интеграции знаний о человеке в экономической теории. // Постреформизм и развитие: монография / под ред. Ю.М. Осипова, Е.С. Зотовой. - М.; Ирпень: Издательство Национального университета государственной налоговой службы Украины, 2013.
2. Веблен М. Теория праздного класса. — М., 1984.
3. Козловски П. Принципы этической экономики — СПб.: Эк. шк., 1999;
4. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. — М.: Дело, 2001.
5. К. Поланьи. Великая трансформация. — СПб., 2002.
6. Сен А. Об этике и экономике: Пер. с англ. — М.: Наука, 1996.

ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ МЕНЕДЖЕРОВ В ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Перевозова Ольга Владимировна

кандидат пед. наук, Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Челябинск

THE PROBLEMS OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF MANAGERS IN INNOVATION-DRIVEN ORGANIZATIONS

Perevozova Olga, candidate of ped. Sciences, Financial University under the Government of the Russian Federation, Chelyabinsk

АННОТАЦИЯ

Профессиональная реализация управленческого персонала с оперативным характером деятельности является неотъемлемой характеристикой всех инновационно-ориентированных организаций. Менеджеры, способные демонстрировать личную конкурентоустойчивость, обеспечивают наращивание как экономического, так и кадрового потенциала компаний. Такие специалисты всегда являются ценным ресурсом на рынке труда и составляют основу оптимизации отношений между работодателем и системой высшего образования

ABSTRACT

Professional implementation management personnel with the operational nature of the activity is an integral characteristic of all innovation-driven organizations. Managers are able to demonstrate personal competitiveness, strengthen both economic and human resources companies. These specialists are a valuable resource in the labour market and form the basis of optimization of relations between the employer and the higher education system

Ключевые слова: профессиональная реализация, менеджер, инновационно-ориентированная организация.

Keywords: professional realization, Manager, innovation-oriented organization.

Профессиональная реализация менеджеров сегодня является одним из ведущих вопросов в исследованиях экономических и педагогических направлений. Всё

чаще звучат вопросы о прерогативе объекта и субъекта исследования. Что сегодня — экономика или образование — оказывает большее влияние на инновационно-ориентированное развитие компаний? Ответ на этот вопрос

можно получить в результате множественных исследований, осуществляемых на стыке экономических и педагогических отечественных и зарубежных методик научного анализа.

Сама проблема подготовки управленцев и их профессиональная реализация возникла в результате реформирования экономики и образования. Встал вопрос о формировании конкурентоустойчивости менеджеров в условиях постоянных реформ [2]. Пришлось пересмотреть взаимодействие и интеграцию экономических и социальных запросов как в области экономики, так и в области образовательных технологий.

По сути дела, изменения социально-экономических процессов поставили вопрос перед вузами и экономикой: что первично сегодня для успешного развития современных организаций и предприятий? Первична роль экономики, которая формирует запросы для рынка труда и критерии работодателя, выставяемые в качестве приоритета? Или первичен профессиональный потенциал выпускника, сформированный в новых образовательных условиях? Практика последних лет показала, что такие сопоставительные сравнения не имеют основания, они контрпродуктивны и бессмысленны.

Дело в том, что реалии бизнеса сами дали ответ на эти вопросы. Инновационно-ориентированному бизнесу в лице работодателя и рынка труда важны не отдельные приоритеты, а практика их продуктивной интеграции. Эту интеграцию способны обеспечить вузы, занимающиеся подготовкой управленческих кадров и имеющие экономические профили и специализации. В ранее проведенных исследованиях мы установили, что именно интегральная связь экономики и образования будет содействовать обеспечению экономического (рыночного) подхода в формировании инновационной компетентности специалистов, что в последствии и обеспечит взаимную обусловленную выгоду менеджеру-выпускнику и работодателю [1]. Объяснить этот феномен достаточно легко, потому что научные результаты исследований новой экономики подтвердили факт прямой связи между профессиональным потенциалом менеджеров и активным повышением конкурентоспособности предприятий [3].

Фактически установлено, что кадровый потенциал и стратегический бизнес-потенциал в целом у любой организации напрямую зависит от уровня компетентности управленческой команды. Однако, если мы будем искать истоки такого управленческого потенциала, то поиски нас приведут, в первую очередь, к фундаментальным образовательным основам таких управленцев. Все ценные управленческие кадры, несомненно, имеют на сегодняшний день качественную подготовку, полученную в результате освоения новых знаний и подходов бизнес-образования, которое послужило основой мощнейшего профессионального развития менеджеров [4].

Чем выше профессионально-личностный потенциал управленческого состава, тем выше человеческий потенциал инновационно-ориентированной организации [5]. И также легко установить обратную связь между уровнем личной профессиональной компетентности управленческой команды и количеством кадровых проблем в организации.

Менеджеры, получившие качественное бизнес-образование, изначально ориентированы на сохранение и сбережение кадрового потенциала, который выражается

в возможности формирования нового уровня конкурентной устойчивости организации.

Несмотря на то, что рынок труда профессиональных менеджеров в России сегодня неоднороден и имеет самые полярные оценки от полного неприятия и негатива до абсолютного разделения значимости данной категории профессии, многие работодатели по-прежнему продолжают поиск «своего» уникального управленца [6].

При очевидном перенасыщении рынка труда такими профессиями, как юрист, экономист и менеджер, сохраняются «кадровые пустоты» именно в тех компаниях, где инновационные ориентиры затруднительны именно из-за отсутствия грамотно подобранной управленческой команды.

Сами управленцы в таких компаниях тоже являются «вечно текущим» ресурсом и надолго не задерживаются. Оценка ответов уходящих управленцев показала, что они не могут реализоваться профессионально как специалисты с оперативным характером деятельности, так как испытывают затруднения не только в отсутствии развития профессиональных навыков инновационного и стратегического управления, но и в отсутствии базовых профессиональных знаний, качество которых было ограничено образовательными возможностями вузов, обеспечивающих их подготовку.

Мы снова, таким образом, сталкиваемся с изначально заданным вопросом: что лежит в основе профессиональной реализации управленца – вузовский багаж или динамика перемен инновационно-ориентированных организаций. И ответ уже в данном случае должен быть найден в оптимизации отношений между работодателями и системой высшего профессионального образования [7]. Эта оптимизация представляется нам как всевозможные формы практико-ориентированного взаимодействия вузов и реального сектора бизнеса. Динамика перемен в экономике должна отражаться в реформировании образования. Любые инновационные ориентиры, поставленные бизнесом, должны служить основой для профессионального совершенствования управленческого звена компании.

Интеграция и оптимизация отношений экономики и образования в этом случае сформирует новый организационно-управленческий механизм профессиональной реализации менеджеров в их административно-управленческой мобильности и стратегически ориентированного развития бизнеса.

Литература

1. Перевозова О.В. Экономический (рыночный) подход в формировании инновационной компетентности специалистов // Управление инновационным развитием экономики: теория, методология, практика: сборник научных трудов / Челябинский филиал Финуниверситета. Челябинск, 2014. С. 152 – 155.
2. Перевозова О.В. К вопросу о формировании конкурентоустойчивости менеджеров в условиях реформирования экономики и образования // Universum: психология и образование. 2014. № 2 (3). С. 8.
3. Резанович Е.А. Профессиональный потенциал менеджеров как фактор повышения конкурентоспособности промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук. - Челябинск, 2009. 26с.

4. Резанович И.В. Бизнес-образование: профессиональное развитие менеджеров: монография. - Челябинск: ЮУрГУ, 2005. 291с.
5. Шамарова Г.М. Проблемы управления человеческим потенциалом / Г.М. Шамарова // Управление персоналом. 2008. № 8. С. 50 - 54.
6. Шемятихина Л.Ю. Рынок труда профессиональных менеджеров в России // Фундаментальные исследования. 2007. № 12. С. 134-136
7. Юрасов И.П. К вопросу оптимизации отношений между работодателями и системой высшего профессионального образования / И. Юрасов, Н. Попова // Человек и труд. 2009. №7. С. 47 - 48.

НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Петрова Анна Николаевна

*кандидат экон. наук, доцент, Поволжского государственного технологического университета,
Межрегионального открытого социального института, г. Йошкар-Ола*

NON-FINANCIAL REPORTING AS AN INFORMATION SOURCE ABOUT THE COMPANY

Petrova Anna, Candidate of Science assistant professor of Volga state University of technology, of Interregional open social Institute, Yoshkar-Ola

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены роль институциональных инвесторов и фондового рынка в продвижении ответственного инвестирования, международные инициативы в сфере ответственного инвестирования, характеристики нефинансовой отчетности. Автором затронут вопрос места и роли экономических показателей, характеризующих результативность социальной и экологической деятельности в нефинансовой отчетности.

ABSTRACT

The article discusses the role of institutional investors and stock market in promoting responsible investment, international initiatives in the field of responsible investment, the characteristics of non-financial reporting. The author touched upon the question of the place and role of economic indicators that characterize the efficiency of the social and environmental activities in non-financial reporting.

Ключевые слова: нефинансовая отчетность, инвестор, инвестирование.

Key words: non-financial reporting, investor, investment.

В настоящее время устойчивое развитие, как правило, трактуется в качестве модели общественного развития, основанной на интегрированном подходе к решению экономических, социальных и экологических задач. В своей работе Ю.Е. Благоев [1, с. 75] отмечает, что популярность концепции корпоративной устойчивости у практиков связана с готовностью принять идею устойчивости как непосредственно связанную с основной функцией бизнеса. Устойчивая компания - это компания, устойчиво привлекающая прибыль, это стабильная и эффективная компания.

С концепцией устойчивого развития связано появление новой модели инвестирования - устойчивого или ответственного инвестирования. Целями такого инвестирования является не только получение дохода инвестором, но и создание позитивных социальных изменений, снижение негативного воздействия на природную среду, соответствие этическим нормам.

Для принятия решений в области ответственного инвестирования требуется достоверная информация. Отсутствие в традиционной финансовой отчетности достаточной информации о корпоративном управлении, охране окружающей среды, взаимодействии с потребителями и других социально-экологических аспектах ведения бизнеса стало причиной развития нефинансовой, или корпоративной социальной, отчетности. Данный вид отчетности стремительно развивается, предпринимаются попытки объединить финансовую и нефинансовую отчет-

ность в один интегрированный отчет, а со стороны институциональных инвесторов и фондовых бирж растут требования к прозрачности, сопоставимости, достоверности представляемых данных.

В финансировании долгосрочных инвестиций ведущие позиции занимают институциональные инвесторы - крупные банки, страховые компании, пенсионные фонды, инвестиционные фонды различного вида. Институциональные инвесторы присутствуют на финансовых рынках всех развитых стран. В профессиональной литературе отмечается, что предстоящие десятилетия в странах с формирующимися рыночными экономиками будет наблюдаться дальнейшее расширение деятельности таких инвесторов как в плане масштаба, так и в плане их влияния. Долгое время участники финансовых рынков рассматривали практику ответственного инвестирования только как способ альтернативного вложения денежных средств.

Ведущая роль в развитии ответственного инвестирования принадлежит пенсионным фондам. В 2000 г. в Великобритании, а затем в других странах Европейского союза (ЕС) и США были приняты изменения в пенсионном законодательстве, которые обязывали пенсионные фонды раскрывать степень своего участия в ответственном инвестировании. С конца прошлого века в некоторых странах начали вводить юридические нормы, обязывающие эмитентов составлять публичные нефинансовые отчеты с описанием практики управления и результатами в области социальной и/или экологической деятельности. К таким нормам относятся Директива по прозрачности

(Transparency Directive) и Директива по модернизации отчетности (Accounts Modernization Directive) в ЕС, Новые экономические стандарты во Франции, Указ по экологической отчетности в Нидерландах и др.

Фондовые биржи поддерживают инициативы раскрытия корпоративной информации об устойчивом развитии, требуя и/или рекомендуя представлять информацию по ESG-факторам. Например, Йоханнесбургская фондовая биржа (JSE), Малайзийская биржа (Bursa Malaysia), Шанхайская фондовая биржа (SSE). В сентябре 2013 г. одна из самых крупных биржевых организаций мира Deutsche Borse Group разработала руководство для компаний, которые хотят сообщить рынку о своем влиянии на окружающую среду, социальных аспектах бизнеса или управлении. Представленное руководство по нефинансовой отчетности (Communicating sustainability), по заявлению Deutsche Borse Group, не предназначено для замены существующих стандартов, но может рассматриваться как полезный инструмент [3].

В 1990-х гг. биржами были запущены новые элементы информационной инфраструктуры фондовых рынков - фондовые индексы устойчивого развития, отражающие динамику изменения капитализации компаний, отобранных по критериям устойчивого развития.

Сфера использования индексов достаточно широка: формирование портфеля и оценка доходности портфеля ответственного инвестирования, финансовых инструментов, определение лидеров в области ответственного инвестирования, сравнение практик учета ESG-факторов. Эта методология используется при составлении таких надежных биржевых индексов устойчивого развития, как Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI).

Международные организации осознали роль, которую могут играть институциональные инвесторы в стимулировании решения вопросов экологии, социальной сферы и корпоративного управления. С конца 1990 - начала 2000-х гг. международные организации, прежде всего Организация Объединенных Наций (ООН), начали работу с крупными инвесторами, цели которой заключались в продвижении принципов корпоративной ответственности и вовлечении инвесторов в этот процесс. Результатами такого взаимодействия стали разработка и распространение международных проектов (программ, инициатив) в сфере ответственного инвестирования - Финансовой инициативы Программы ООН по окружающей среде (ФИ ЮНЕП), Принципов Экватора, Принципов ответственного инвестирования и др.

Рассмотрев сферу применения инициатив, можно заметить, что они развиваются параллельно по двум направлениям:

- проекты для институциональных инвесторов.

Предназначены в первую очередь для оценки деятельности по управлению портфелем социально ответственного инвестирования, учитывающего ESG-факторы объектов инвестирования;

- проекты для компаний, не выступающих в роли институциональных инвесторов. Направлены на раскрытие собственной стратегии и деятельности в области устойчивого развития.

Современным этапом в развитии международных инициатив в сфере ответственного инвестирования является не только совершенствование уже имеющихся руководств по подготовке нефинансовой отчетности, но и ин-

теграция бухгалтерской (финансовой) и нефинансовой отчетности. Новый инструмент, призванный обеспечить заинтересованных пользователей финансовой и нефинансовой информацией, отражающей историю деловой активности и факторы формирования стоимости, получил название Интегрированной отчетности (IR). С 2010 г. разработкой единых подходов к ее составлению занимается Международный комитет по интегрированной отчетности (International Integrated Reporting Committee, IIRC). По словам Д. Мэтьюза, руководителя Группы подготовки интегрированной отчетности KPMG, "интегрированная отчетность дает прекрасную возможность пересмотреть процессы подготовки корпоративной отчетности и увязать их с процессами принятия инвесторами инвестиционных решений. Это способ пересмотреть приоритеты и вместо того, чтобы прилагать массу усилий к подготовке отчетности о краткосрочных финансовых результатах, сосредоточиться на создании ценности в долгосрочной перспективе" [2].

Как отмечает IIRC, интегрированная отчетность пока находится на стадии формирования. По мере накопления практического опыта планируется обновлять ее структуру. В апреле 2013 г. был опубликован проект стандарта для общественных консультаций (Consultation Draft of the International IR Framework), в декабре 2013 г. опубликован стандарт версии 1.0. Некоторые характеристики стандарта IR приведены ниже.

По мнению разработчиков стандарта IR, интегрированный отчет может содержать ссылки на другие отчеты, например финансовую отчетность и отчетность в области устойчивого развития. По инициативе госкорпорации "Росатом", участника пилотной программы IIRC, и при поддержке IIRC была создана Российская региональная сеть по интегрированной отчетности. Ее участниками являются "Росатом", группа компаний "Да-Стратегия", "НК "Роснефть", Московская биржа, ЗАО "КПМГ", Московская международная высшая школа бизнеса "МИРБИС", "Уралсиб", "НИАЭП", Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

В нашей стране практика ответственного инвестирования пока не получила значительного распространения. Вместе с тем в России накоплена многолетняя практика публикации нефинансовой отчетности крупными отечественными компаниями, имеющими филиалы, дочерние и ассоциированные предприятия. Как правило, это компании с иностранными инвестициями и листингом акций.

Хотя компании по-разному называют свои нефинансовые отчеты и используют разные стандарты подготовки, их объединяет призыв раскрыть заинтересованным пользователям стратегию и результаты своих экологических и социальных инициатив, влияние этих инициатив на экономические показатели и устойчивость финансово-хозяйственной деятельности в обозримом будущем. Посредством этой отчетности компания доносит до стейкхолдеров свой вклад в собственное благосостояние и в общественное развитие на уровне города, региона, в котором она функционирует. Несмотря на ежегодную публикацию большого числа нефинансовых отчетов, заинтересованные стороны не могли получить легкого доступа к этим данным. Решением этой проблемы стало создание баз данных и информационно-аналитических порталов, посвященных нефинансовой отчетности и вопросам корпоративной социальной ответственности. С 2008 г. на ин-

формационно-аналитическом портале по вопросам корпоративной социальной ответственности <http://www.csrjournal.com> размещен каталог нефинансовой отчетности компаний СНГ. В основном представлены отчеты российских, украинских, казахских, белорусских предприятий начиная с 2008 г., но есть и корпоративная социальная отчетность за более ранние отчетные периоды.

Отчет по стандарту GRI является достаточно объемным - от 100 до 200 страниц описаний с фотографиями, рисунками, числовыми показателями. Однако большинство отчетов очень агрегированно отражают экономические показатели об объеме и структуре инвестиций на охрану окружающей среды, затрат на персонал, в объекты социальной инфраструктуры, на поддержку социальных проектов, в том числе в динамике за несколько лет. Конечно, такой подход можно аргументировать тем, что, во-первых, нефинансовая отчетность не должна быть насыщена числовыми показателями, во-вторых, ее целевой аудиторией не являются специалисты экономического профиля, в-третьих, есть производственные, технические, экономические, организационные и другие сведения, являющиеся коммерческой тайной. Вместе с тем, на взгляд автора, без показателей динамики и структуры капитальных инвестиций и текущих расходов в экологическую и социальную сферу невозможно по-настоящему оценить данные аспекты деятельности компаний.

В целом можно отметить разную степень раскрытия числовых показателей (стоимостных и нестоимостных) результативности экономической, социальной и экологической деятельности. Содержательные примеры раскрытия отдельных показателей можно встретить как в отчетности, составленной по зарекомендовавшим себя международным стандартам GRI и CoP, так и в отчетности, составленной по стандартам, разработанным самой компанией. Например, в отчете "Оценка социально-экономического воздействия" (Socio-Economic Assessment Toolbox, SEAT) ОАО "Монди Сыктывкарский ЛПК" (Республика Коми) за 2012 г. достаточно подробно представлены стоимостные показатели программы социальной поддержки сотрудников.

Степень воздействия разных отраслей и видов экономической деятельности на окружающую среду существенно различается. По данным исследования KPMG, проведенного в 2012 г., ведущие позиции в деятельности по сокращению воздействия на природную среду принадлежат зарубежным автомобилестроительным и химическим компаниям. Вторую позицию в экологических инициативах занимают компании нефтедобывающего сектора, горной добычи, производства электроэнергии и металлургии. Отстающими названы компании транспортного и потребительского секторов экономики.

Деятельность по снижению воздействия на окружающую среду раскрывается в разделе "результативность экологической деятельности". Компании металлургической и горнодобывающей промышленности, нефтегазового сектора, целлюлозно-бумажные комбинаты - крупные "загрязнители" окружающей среды раскрывают динамику выбросов в атмосферу, сброса загрязняющих веществ со сточными водами, образования твердых отходов, объемов использования отдельных видов ресурсов (воды, топлива и энергии).

Затраты на охрану окружающей среды, как правило, даны в целом за отчетные периоды без разбивки по видам мероприятий или компонентам окружающей среды. В отдельных отчетах данные затраты разделены на капитальные и текущие. Во всех отчетах дается краткое описание мероприятий, направленных на снижение негативного воздействия на природную среду. Например, ввод в эксплуатацию установки, позволяющей снизить выбросы вредных веществ на столько-то процентов или тонн, выполнение рекультивации нарушенных и загрязненных земель, очистка загрязненных грунтовых вод из дренажных систем и др. Таким образом, в большинстве отчетов разделы о социальной и экологической деятельности не перегружены стоимостными показателями и представлены в обобщенном виде. Им отводится роль пояснений к информации нефинансового характера.

Затраты на охрану окружающей среды, как правило, даны в целом за отчетные периоды без разбивки по видам мероприятий или компонентам окружающей среды. В отдельных отчетах данные затраты разделены на капитальные и текущие. Во всех отчетах дается краткое описание мероприятий, направленных на снижение негативного воздействия на природную среду. Например, ввод в эксплуатацию установки, позволяющей снизить выбросы вредных веществ на столько-то процентов или тонн, выполнение рекультивации нарушенных и загрязненных земель, очистка загрязненных грунтовых вод из дренажных систем и др. Таким образом, в большинстве отчетов разделы о социальной и экологической деятельности не перегружены стоимостными показателями и представлены в обобщенном виде. Им отводится роль пояснений к информации нефинансового характера.

Список литературы

1. Благов Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2006. Вып. 2.
2. Интегрированная отчетность может стать той основой, которая позволит рынкам капиталов сконцентрироваться на создании стоимости в долгосрочном периоде, считает КПМГ: сайт КПМГ в России. URL: <http://www.kpmg.com/ru/ru/issuesandinsights/articlespublications/press-releases/pages/integrated-reporting-framework.aspx>.
3. Фондовая биржа "Deutsche Borse" представила рекомендации по нефинансовой отчетности: аналитический портал о корпоративной социальной ответственности. URL: <http://www.csr-review.net/index/fondovaya-birja-----.html>.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АВТОКРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Плюснина Оксана Владимировна

кандидат экономических наук, Ухтинский государственный технический университет, г. Ухта

THE PROGRESS OF AUTOCREDITING TRENDS ARE IN RUSSIA

Плюснина Оксана Владимировна, candidate of economic sciences Ukhta state technical university, Ukhta

АННОТАЦИЯ

В статье представлены основные особенности различных видов автокредитов в современных условиях. Рассмотрены этапы развития рынка автокредитов.

ANNOTATION

In the article the basic features of different types of autocredits are presented in modern terms. The stages of market of autocredits development are considered.

Ключевые слова: автокредит, экспресс-кредитование, классический кредит

Keywords: autocredit, express-crediting, classic credit

В современных условиях, в сфере жесточайшей конкуренции успех сопутствует тем банкам, которые предлагают наиболее широкий спектр кредитных услуг и программ, а также владеют современными технологиями управления и оптимизации кредитного процесса, что позволит снизить расходы на проведение кредитных операций, минимизировать риски невозврата кредитов, улучшить структуру кредитного портфеля банка, увеличить процентные доходы, прибыль и рентабельность их собственных средств, акционерного капитала и активов.

Исключительно важную значимость в кредитно-розничной деятельности коммерческих банков на современном этапе играет автокредитование.

По сравнению с потребительскими кредитами уровень рисков при выдаче кредитов на приобретение автомобиля существенно ниже. Это обусловлено, прежде всего, тем, что приобретаемый в кредит автомобиль оформляется в качестве залога и в обязательном порядке страхуется, причем, как правило, в той страховой компании, которая является партнером банка.

На рынке автокредитования в последние годы появилось много новых кредитных продуктов, что связано с активным развитием этого сегмента и обострением конкуренции между участниками.

В связи с этим тема разработки и внедрения в коммерческих банках РФ новых автокредитных программ приобретает особую актуальность. Данные вопросы важны как для банка, в котором новая программа будет внедряться – как средство повышения эффективности деятельности банка, так и для страны в целом – как средство расширения услуг, предоставляемых потребителям банковского рынка.

Основываясь на специфических особенностях автокредитования, его можно определить, как современный вид потребительского кредита, предоставляющий возможность приобрести автомобиль на стандартных условиях.

По сути, автокредитование является кредитом под залог имущества, где предметом залога является покупаемый клиентом автомобиль. Формально покупка автомобиля в кредит выглядит так: клиент получает в автосалоне счет (его оплачивает организация, предоставляющая возможность приобретения автомобиля в кредит). После того как автосалон получает перевод, машина переходит в собственность клиента и одновременно оформляется как залог кредита, равного сумме, которую тот готов выплатить за какой-то период времени.

В своем развитии автокредитование прошло несколько этапов.

Первый этап. Период с 1992 г. (начало становления рыночной экономики в России) до кризиса в августе 1998 г. На этом этапе происходило формирование основ новой банковской системы, появлялись самые разные виды кредитов. В этот период спрос на автокредиты в России был не велик, сама услуга такого кредитования предоставлялась весьма небольшим числом кредитных организаций.

Второй этап. Условно его можно определить с 1998 г. до 2003 г. Россия начинает восстанавливаться после кризиса, а банки начинают использовать западные схемы выдачи автокредитов. Они характеризовались огромными

процентными ставками по кредитам. В этот период оформить автокредит была возможность в нескольких столичных банках и нескольких банках регионов России.

Третий этап. Его временные границы можно условно определить как время с 2003 г. по 2008 г. Как известно, автокредитование в этот период получило наибольшее развитие России. Между кредитными организациями стала возникать конкуренция, в связи с чем снижаются процентные ставки, увеличиваются сроки кредитования, облегчается порядок оформления кредитов, и, наконец, появляется огромное количество программ автокредитования.

Уже к 2006 году в России автокредитование охватило более 40% рынка автомобильных продаж, а к концу 2014 года почти каждый второй автомобиль был продан в кредит [2].

Рассмотрим стандартный алгоритм получения кредита на покупку автомобиля:

Шаг 1 – выбор автомобиля и банка, на основании данных об условиях автокредита и консультаций со специалистами банка. Тщательный подход – залог успешного приобретения.

Шаг 2 – сбор необходимых документов, их сдача в банк, ожидание рассмотрения заявки и принятия решения банком.

Шаг 3 – при получении положительного решения банка, заключение договора купли-продажи с автосалон/дилером.

Шаг 4 – перечисление первоначального взноса дилеру, согласно договору. Получение справки-счета на полную стоимость.

Шаг 5 – заключение договоров с компанией-страховщиком. Оплата страховки.

Шаг 6 – заключение кредитного договора с банком.

Шаг 7 – банк зачисляет денежные средства по кредиту на счет компании-продавца.

Шаг 8 – получение автомобиля и регистрационного свидетельства.

Шаг 9 – паспорт технического средства обязательно передается в банк, где будет храниться до полного погашения выданного кредита.

При получении кредита на автомобиль в стенах автосалона, сотрудник банка проводит оценку заемщика с помощью так называемого скоринга.

Заемщику предлагают заполнить анкету, в которой содержатся вопросы общего характера: паспортные данные, номера телефонов, краткая информация о близких родственниках, перечисление имущества, стаж работы, образование, семейное положение.

Скоринг действует по принципу психологических тестов, повторяя некоторые вопросы и тем самым логически выявляя мошенников. Существуют и более традиционные способы проверки информации – звонки работодателю заемщика с уточнениями, направление запроса службе безопасности банка.

Несвоевременное погашение или отказ от погашения автокредита фиксируется каждым банком и как результат формирует кредитную историю. Малейшая недобросовестность со стороны заемщика приведет к отсутствию у него или у членов его семьи шансов когда-либо

получить кредит. И, наоборот, при наличии положительной кредитной истории в этом банке существует вероятность получить новый кредит на льготных условиях.

В большинстве банков для получения автокредита необходимо полностью застраховать автомобиль по программе АВТОКАСКО, которое включает в себя страхование таких рисков, как ущерб (ДТП, противоправные действия третьих лиц) и хищение транспортного средства. При этом под страхованием от хищения понимается страхование риска утраты автомобиля в результате угона, а под страхованием ущерба – страхование риска повреждения или гибели транспортного средства (или его частей) в результате:

- ДТП (столкновения, наезда, опрокидывания, падения);
- пожара (неконтролируемого горения или самовозгорания);
- взрыва;
- стихийных явлений (при условии подтверждения этих явлений соответствующими документами метеорологических служб);
- попадания и падения камней и других предметов (в том числе снега и льда);
- противоправных действий третьих лиц (включая хищение отдельных частей и деталей застрахованного автомобиля).

Несомненно, страхование является дополнительным расходом по кредиту, но взамен этого оно гарантирует банку сохранность заложенного имущества и «оберегает» заемщика от дополнительных затрат в будущем в случае наступления одного из вышеуказанных страховых случаев. Например, в случае угона автомобиля часть страхового возмещения будет выплачена банку в размере непогашенного кредита, а оставшаяся часть – владельцу автомобиля.

Кроме того, банк может требовать страхования жизни и трудоспособности заемщика. К сожалению, практика показывает, что заемщику не приходится выбирать страховую компанию самостоятельно, основываясь на собственных предпочтениях и стоимости их услуг, так как банк предлагает на выбор одну из нескольких страховых компаний, с которыми он сотрудничает по другим продуктам кредитования и в выполнении обязательств которых при наступлении страхового случая он уверен.

Современные виды автокредитования делятся по срокам оформления на два вида – экспресс и классический кредит. Но если внимательно ознакомиться с предложениями различных банков, можно насчитать, как минимум шесть различных видов автокредитования.

1) Первая форма кредитования – это, по сути, потребительский кредит, целевым назначением которого является покупка автомобиля, а отличительными свойствами:

- более низкая процентная ставка по кредиту;
- более затратная по времени процедура получения кредита;
- более тщательное изучение кредитной заявки и информации, предоставленной потенциальным заемщиком;
- наличие документов и сведений, позволяющих банку с точностью оценить риски и возможность выдачи кредита.

Программы банков по классическим автокредитам базируются, прежде всего, на ряде характеристик приобретаемого автомобиля. Поэтому выбор кредитной программы следует начать непосредственно с выбора его марки.

Некоторые банки используют разные кредитные программы для иномарок и отечественных автомобилей. Условия предоставления кредита на иномарку выгоднее, чем на отечественную машину, в частности, процентная ставка в среднем ниже на 1–2 процентных пункта. Связано это с большей надежностью, сроком службы и ликвидностью иномарок.

Также многие банки предусматривают возможность покупки в кредит подержанного автомобиля, чаще всего иномарки. К подержанным автомобилям банки предъявляют определенные требования относительно их возраста и состояния. Ставки по кредитам на подержанные автомобили выше на 1–3 процентных пункта.

В наши дни банки предоставляют автокредиты на подержанные автомобили, купленные не только в автосалоне, но и у физических лиц. Правда такой вариант обычно более рискованный для банка, а значит более затратный для заемщика.

2) Экспресс-кредит. Главное его достоинство в небольшом количестве требуемых документов. Недостатком данного вида кредита является повышенная процентная ставка и большой первоначальный взнос. Сейчас минимальная ставка при экспресскредитовании на автомобили варьируется от 35%.

Срок такого кредитования – не более трех лет. Не исключено, что банки заставят платить клиента скрытые процентные комиссии. Также обязательно клиента заставят заплатить по полному тарифу КАСКО.

3) Trade-in. Этот вид кредита интересен тем, кто хочет поменять машину. Суть этой услуги и заключается именно в получении новой машины в обмен на старую. Заинтересовавшую машину клиент получает в первый же день сделки. При этом кредиты по trade-in имеют низкие процентные ставки, а срок погашения до пяти лет. Минусом этого вида кредитования является заниженная выкупная стоимость автомобиля по сравнению с рыночной.

4) Факторинг – беспроцентный кредит, позволяющий выкупить автомобиль в рассрочку. Он достаточно быстро оформляется – в среднем от двух до пяти дней и требует минимального пакета документов. Но при этом клиент должен внести большую предоплату. При этом стоит знать, что на рынке фактически невозможно найти предложения по продаже автомобилей по факторингу на отечественные автомобили. И случается, что заявленный, как беспроцентный, такой кредит может иметь скрытые комиссии.

5) Кредит без первоначального взноса. Этот вид кредитования не требует много времени на оформление, пакет документов для его оформления нужен минимальный. Но, как и в экспресс-кредитовании, за снисходительность банка придется переплатить. Отличительные черты автокредитования без первоначального взноса – высокая процентная ставка, дорогая страховка и ограниченный выбор автомобилей – только иномарки.

6) Кредитование без страховки. Он используется только для покупки подержанных и недорогих машин.

Сумма этого кредита не превышает десяти, в некоторых банках – пятнадцати тысяч долларов. При этом процентная ставка очень высокая. Плюс такого предложения в том, что купленный автотранспорт не нуждается в дополнительной страховке, так как не попадает в залог к банку, но времени на оформление кредита без страховки уходит достаточно много – около месяца.

Недавно появилась еще одна услуга, позволяющая значительно снизить размер ежемесячных выплат – кредит с отсрочкой погашения, или Buy-Back. Эта программа достаточно популярна в странах Западной Европы и Америки. Она позволяет менять авто каждые два-три года – заемщик вносит 15-50% от стоимости автомобиля, а в течение срока пользования кредитом погашает только часть задолженности [1].

Таким образом, снижаются ежемесячные платежи, можно переоформить кредит на новый срок либо сдать автомобиль в автосалон и получить новый кредит на новую машину. При этом стоимость старой, за вычетом остатка долга по кредиту, пойдет в зачет стоимости новой.

При продаже автомобиля с использованием Buy-Back дилер гарантирует заемщику обратный выкуп автомобиля по цене не меньше суммы последнего платежа. Но программа выгодна дилерам, поскольку привязывает к ним клиента на долгое время.

«Buy-back» – это кредит с возможностью отложить погашение до 55% от суммы кредита до конца срока кредитования. Данная программа позволяет на протяжении всего срока кредита, за исключением последнего месяца, вносить ежемесячные платежи меньшего размера по сравнению со стандартными условиями автокредитования. По окончании срока кредита заемщику необходимо погасить кредит, оплатив остаток основного долга из собственных средств или с помощью нового кредита.

Кроме того, клиент может продать кредитный автомобиль дилеру, погасить кредит, а оставшиеся от продажи автомобиля деньги использовать в качестве взноса для покупки новой машины.

Банкиры уверены, что скоро в кредит будет продаваться все больше и больше автомобилей, таким образом, за последний год при помощи кредита было приобретено 40-60 % новых машин.

Что касается снижения стоимости кредитов, по мнению экспертов, оно возможно только при заключении партнерских соглашений с дилерами. Фактически самая низкая ставка, которую банки предлагают заемщикам, не может составлять менее 9%.

Основная идея заключается в том, что с некоторыми автосалонами-партнерами банки разрабатывают специальные совместные программы, согласно которым автодилер компенсирует своим покупателям часть расходов, связанных с выплатой процентов по кредиту.

Итак, можно выделить следующие современные виды автокредитования: экспресс-кредитование, классический кредит, Trade-in, факторинг, кредит без первоначального взноса, кредитование без страховки, Buy-Back.

По мнению банкиров, основные тенденции развития рынка автокредитования таковы: продолжится рост доли рублевых кредитов и кредитов с низким или нулевым первым взносом, также ожидается увеличение сроков кредитования. Остаются популярными специальные кредитные программы, которые совместно предлагают банк, автопроизводители, автосалоны и страховые компании. Условия таких программ, как правило, гораздо выгоднее стандартных условий кредитования: ниже процентная ставка, меньше требований к заемщику, ниже первый взнос, дешевле стоит страховка.

Список литературы

1. <http://www.zr.ru/content/articles/764664-avtokreditnyy-stali-rossiyanam-ne-po-karmanu> (Дата обращения – 6.05.2015)
2. <http://www.banki.ru/wikibank/avtokredit> (Дата обращения – 6.05.2015)
3. <http://www.rg.ru/2015/04/01/vstup.html> (Дата обращения – 6.05.2015)

МОТИВАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ В ИССЛЕДОВАНИИ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА

Пустовая Ирина Ивановна

*Магистрант кафедры маркетинга и рекламы Донского государственного технического университета,
г. Шахты*

MOTIVATIONAL BASES IN THE STUDY OF INTERNAL MARKETING

Pustovaya Irina Ivanovna, Master student 2 course, Don State Technical University

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные теории мотивации, предложенные некоторыми авторами. Исследование некоторых теорий и применение их на практике позволит уменьшить общие расходы на содержание персонала при одновременном повышении эффективности его использования.

ABSTRACT

The article deals with the basic theories of motivation proposed by some authors. A study of certain theories and their application in practice will reduce overall personnel costs while increasing the efficiency of its use.

Ключевые слова: маркетинг персонала, оценка эффективности маркетинга, эффект, конкурент, компания
Keywords: marketing personnel, marketing performance evaluation, the effect competitor.

Для повышения конкурентоспособности и упрочнения рыночных позиций предприятия стремятся постоянно увеличивать эффективность отдельных мероприятий и деятельности компании в целом. Рост эффективности за счет внутренних резервов необходимо использовать в первую очередь и получать большую отдачу от вложенных средств за счет интенсивного, а не экстенсивного пути развития. При этом немаловажным фактором такого направления развития является способность оценивать уровень достигнутой эффективности.

На основе оценки эффективности проводимых мероприятий окажется возможным принимать обоснованные решения, выявлять факторы роста, получать максимальную отдачу от вложенных средств. Определяя эффективность конкретного вида предпринимательской деятельности, можно выделить конкретные меры и отказаться от тех из них, которые не способствуют прогрессу.

Вопрос оценки эффективности как в маркетинге предприятия, так и в маркетинге персонала (внутреннем маркетинге) является наиболее сложной и наименее разработанной проблемой.

Правильный подбор кадров и мотивация являются необходимыми условиями эффективного функционирования организации. Ключ к повышению эффективности работы организации лежит в одновременном понимании и разделении сотрудниками её целей и ценностей и их деятельности, ориентированной на достижение этих целей. Непрерывное ведение внутреннего маркетинга закладывает крепкий фундамент, на основе которого можно строить успешную организацию. Базой для концепции внутреннего маркетинга можно назвать систему мотивации, используемую в организации.

В самом общем виде мотивация человека к деятельности понимается как совокупность движущих сил, побуждающих его к осуществлению определенных действий. Эти силы находятся вне и внутри человека и заставляют его осознанно или же неосознанно совершать некоторые поступки. Различные люди могут совершенно по-разному реагировать на одинаковые воздействия со стороны одинаковых сил [1, С.144].

Важным фактором личности является система ее потребностей, мотивов и интересов, то есть то, что определяет причины поведения личности, помогает объяснить принимаемые ею решения.

Потребность - это то, что возникает и находится внутри человека, то от чего человек стремится освободиться, так как, пока потребность существует, она дает о себе знать и «требуется» своего устранения. Люди по-разному могут пытаться устранять потребности, удовлетворять их, подавлять или не реагировать на них. Потребности могут возникать как осознанно, так и неосознанно. При этом не все потребности осознаются и осознанно устраняются [1, С.145].

Мотивирование – это процесс воздействия на человека с целью побуждения его к определенным действиям путем пробуждения в нем определенных мотивов. Мотивирование создает основу управления людьми в организации. Эффективность управления в большой степени зависит от того, насколько успешно осуществляется процесс мотивирования [6, С.131].

В зависимости от того, какие цели преследует мотивирование и какие задачи решает, можно выделить два основных типа мотивирования. Первый тип заключается в

том, что путем внешних воздействий на человека призываются к действию определенные мотивы, которые побуждают человека осуществлять определенные действия, ведущие к желательному для мотивирующего субъекта результату. При данном типе мотивирования надо хорошо знать, какие мотивы могут побуждать человека к желательным действиям, и то, как вызывать эти мотивы.

Второй тип мотивирования своей основной задачей имеет формирование определенной мотивационной структуры человека. В этом случае основное внимание обращено на то, чтобы развить и усилить желательные для субъекта мотивы действий человека и, наоборот, погасить те мотивы, которые мешают управлению человеком. Данный тип мотивирования имеет характер образовательной работы и часто не связан с какими-то конкретными действиями или результатами, которые ожидается получить от человека. Второй тип мотивирования требует больших усилий и способностей для его осуществления. Однако его результаты в целом существенно превосходят результаты первого типа мотивирования. Организации, освоившие его и использующие в своей практике, могут намного успешнее и результативнее управлять своим персоналом.

Еще одним фактором, делающим мотивационный процесс каждого конкретного человека уникальным и фактически непредсказуемым, является различие мотивационных структур отдельных людей, разные степени влияния одинаковых мотивов на различных людей и зависимости действия одних мотивов от других. У одних людей стремление к достижению результата может быть очень сильным, у других же оно может быть относительно слабым. В таком случае данный мотив будет по-разному действовать на поведение людей.

Таким образом, процесс мотивации очень сложен и неоднозначен. Разрыв между мотивацией и результатами труда порождает серьезную управленческую проблему оценки результатов работы отдельного работника и его вознаграждения. Решение данной проблемы носит ситуационный характер [1, С.152].

Процесс использования различных стимулов для мотивирования людей называется стимулированием. В практике управления одной из самых распространенных его форм является материальное стимулирование (вознаграждение). Вознаграждение - это все, что работник считает ценным для себя. Мотивация и стимулирование как методы управления трудом противоположны по направленности: первое направлено на изменение существующего положения, второе - на его закрепление, но при этом они взаимно дополняют друг друга. [5, С.10].

Неудовлетворенная потребность приводит к появлению у человека напряжения, которое вырабатывает определенные побудительные стимулы. Эти побудительные стимулы, в свою очередь, обуславливают поиск и формулирование конкретных целей, достижение которых позволит удовлетворить потребность и уменьшить внутреннее напряжение. Мотивированные работники пребывают в состоянии напряжения и, чтобы уменьшить его, занимаются определенной деятельностью. Чем выше напряжение, тем больше сил нужно потратить на деятельность, чтобы снизить его. Следовательно, когда работник всецело поглощен какой-либо деятельностью, можно предположить, что им движет желание достичь некой важной для него цели.

Рассмотрим основные теории мотивации.

Теория иерархии потребностей. Самым известным подходом к мотивации является теория иерархии потребностей, предложенная Абрахамом Маслоу. Маслоу предположил, что мотивация человека следует из иерархии его нужд.

Основные идеи теории потребностей А. Маслоу:

- Люди испытывают определенный набор сильно выраженных потребностей, которые могут быть объединены в отдельные группы;
- Потребности, если они не удовлетворены, побуждают человека к действиям. Удовлетворенные потребности не мотивируют людей;
- Если одна потребность удовлетворена, то на ее место выходит другая неудовлетворенная потребность;
- Потребности более высокого уровня начинают активно действовать на человека после того, как, в общем, удовлетворены потребности более низкого уровня;
- Потребности более высокого уровня могут быть удовлетворены большим числом способов, нежели потребности нижнего уровня [1, С.154-155].

Теория Х и теория Y. Дуглас Мак-Грегор предложил две разные точки зрения на человека: одна, в основном отрицательная, называется теорией Х, а другая, в основном положительная, – теорией Y.

Теория Х исходит из того, что у людей преобладают потребности низшего порядка, а теория Y соответственно

видит в людях, прежде всего, потребности высшего порядка. Мак-Грегор выступал за участие простых служащих в принятии решений наравне с руководителями высшего звена, поручение им ответственных и сложных работ, а также налаживание хороших отношений в коллективе. По мнению Мак-Грегора, такой подход максимизирует мотивацию людей к выполнению порученной им работы [4, С.228].

Теория двух факторов Герцберга. Двухфакторная теория – иногда ее называют мотивационно-гигиенической теорией. Герцберг выделил две большие категории, которые он назвал гигиеническими факторами и факторами мотивации.

Как видно из таблицы, к первой группе относят внешние факторы по отношению к работе, которые снимают неудовлетворенность работой. Ко второй группе относятся внутренние факторы, присущие работе, которые называют мотивирующими факторами или "мотиваторами". [3, С.126-127].

Теория постановки целей. Данная теория гласит, что намерения, выраженные в виде целей, служат важным источником мотивации труда. Конкретные трудные цели больше повышают производительность труда, чем общие. Конкретность цели сама по себе действует как внутренний стимул. Люди работают лучше при наличии обратной связи, т.е. в случае, если они регулярно получают информацию о том, насколько успешно они продвигаются в направлении поставленной цели. Обратная связь помогает выявить расхождения между тем, что они хотели бы сделать, и тем, что им реально удалось сделать, «направляет» их поведение [4, С.230].

Таблица 1

Мотивационно-гигиеническая теория Герцберга [2, С.22]

неудовлетворение	нейтральное отношение	удовлетворение
• политика администрации • зарплата • межличностные отношения в коллективе • условия работы		• достижения • признание • ответственность • продвижение по службе • содержание работы
"гигиенические" факторы		мотивационные факторы

Поведение людей обуславливается их восприятием реальности, а не реальностью как таковой. Одну и ту же работу разные люди могут оценивать по-разному. Исходя из данной теории, менеджеры должны уделять восприятию служащими своей работы достаточное внимание и постоянно напоминать подчиненным, какой интересной и важной работой те занимаются [4, С.235].

Таким образом, менеджеры должны привлекать и сохранять хороших служащих, учитывая систему их мотивации для повышения эффективности внутреннего маркетинга и как следствие, удовлетворения потребностей

внешних потребителей. Менеджеры должны совершенствовать свое понимание нужд сотрудников, так же как исследуют потребности клиентов. С помощью оценки внутреннего маркетинга можно исследовать рынок служащих, выбирая лучших из них для своей организации и определить уровень развития внутреннего маркетинга организации.

Общим тезисом, резюмирующим различные подходы указанных авторов, является тот, что по отношению к собственному персоналу должны применяться такие же механизмы построения программ лояльности, как и для клиентов организаций. По их мнению, персонал также

должен рассматриваться как своего рода внутренние клиенты компании. Такие действия должны уменьшить общие расходы на содержание персонала при одновременном повышении эффективности его использования. Такой подход позволяет широко использовать накопленный опыт организации персонала, начиная от концепции неотеилоризма до ситуационизма, включая разнообразные партисипативные системы управления. Однако во всех указанных системах управления и концепциях внутреннего маркетинга ключевым звеном является обеспечение лояльности собственного персонала к организации — работодателю.

Список литературы

1. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. — 3-е изд. — М.: Гардарики, 2013. — 528 с.
2. Егоршин, А.П. Мотивация трудовой деятельности: учеб. пособие / А.П. Егоршин. — Н. Новгород: НИМБ, 2012. — 320 с.
3. Песоцкая, Е.В. Маркетинг услуг: учеб. пособие / Е.В. Песоцкая. — СПб.: Питер, 2013. — 160 с.
4. Роббинз, С.П. Основы организационного поведения; пер. с англ. / С.П. Роббинз. — 8-е изд. — М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2012. — 444 с.
5. Соломанидина, Т.О. Мотивация трудовой деятельности: учеб.-практич. пособие / Т.О. Соломанидина, В.Г. Соломанидин. — М.: ООО «Журн. "Управление персоналом"», 2014. — 278 с.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под ред. В.А. Алексунина, 2013. — 716 с.

РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА КОНКУРЕНТОСПОБНОЙ ПРОДУКЦИИ

Рейханова Ирина Викторовна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ИСОиП (филиал) ДГТУ, г.Шахты

Сподарева Юлия Сергеевна,

студентка 4 курса направления 080200 «Менеджмент» кафедры «Менеджмент» ИСОиП (филиал) ДГТУ, г.Шахты

DEVELOPMENT OF INVESTMENT STRATEGY OF PRODUCTION COMPETITIVENESS PRODUCT

Reyhanova Irina Victorovna, Candidate of Economic Sciences, docent of the Department "Management" VoIP (branch) DSTU, Schahty

Spodareva Julia Sergeevna, 4th year student directions 080200 "Management" the "Management" Department VoIP (branch) DSTU, Schahty

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены актуальные вопросы стратегии развития производства конкурентоспособной продукции. Выявлены основные цели стратегии развития. Сформулированы аспекты периода формирования инвестиционной стратегии. Приведены этапы разработки инвестиционной стратегии.

ABSTRACT

Pressing questions of development strategy of production of competitive products. The basic purpose of development strategies. Formulated aspects of the formative period of the investment strategy. The stages of development of the investment strategy.

Ключевые слова: инвестиционная стратегия; процесс разработки стратегии; этапы инвестиционной стратегии.

Keywords: investment strategy; strategy development process; stages of the investment strategy.

В современной экономической деятельности предприятия является успешным и как один из важнейших элементов антикризисного управления за счет правильной выбранной инвестиционной стратегии. Умение предвидеть изменяющиеся обстоятельства и вовремя на них отреагировать предприятие делает более конкурентоспособным. Для эффективной работы в будущем предприятия зависит от того, как будут принимать руководство инвестиционные решения в управлении.²¹

Инвестиционная стратегия — это долгосрочный

план инвестиционной деятельности предприятия, определяемый тактическими задачами и его инвестиционной идеологией, пути и направления их достижения. Авторы, занимающиеся вопросами изучения инвестиционной стратегии, а так же практики признают ее важную роль для предприятия и считают, что результаты намного превышают все возможные затраты, связанные с ее разработкой и реализацией.

Для большинства предприятий в настоящее время характерны следующие слабые стороны: недостаток квалифицированных кадров, отсталость информационных

²¹ Булгакова, Л.Н. Методы оценки инвестиционной привлекательности предприятий и регионов. // Финансы и кредит. - 2011. - № 15. - с 67-73.

технологий, низкий уровень корпоративной культуры и управления. В этих условиях конкурентные преимущества получают те компании, которые грамотно определяют степень интеграции активов, роль головного центра или управляющей компании.

Выходит, в качестве критериев эффективности инвестиций в этом подходе целесообразно рассматривать повышение конкурентоспособности всех функциональных областей управления компании (производство, маркетинг, инновации, персонал, финансы) за счет синергии, возникающей при взаимодействии стратегических бизнес-единиц в цепочке создания ценности.

Основные направления формирования инвестиционной стратегии предприятия в условиях финансового кризиса проявляются в следующем: определение соотношения различных форм инвестирования на отдельных этапах перспективного периода; определение отраслевой направленности инвестиционной деятельности предприятия; определение региональной направленности инвестиционной деятельности предприятия. Такие мероприятия должны обеспечивать развитие ключевых компетенций и формировать конкурентные преимущества хозяйствующих субъектов.

Существует две основные цели стратегического управления:

1. Внутренняя стратегия – эффективное распределение имеющихся ресурсов; планирование в долгосрочном периоде использования ограниченных ресурсов: капитал, технологии, персонал; подбор прибыльного «портфеля» предприятий.
2. Внешняя стратегия – это адаптация к изменениям таких факторов как экономика, политика, рынок (поставщики, потребители) технология и конкуренция. Особенно важным фактором является конкуренция, поэтому необходимо найти основных конкурентов и выяснить их позиции на рынке (доля рынка, цели, объемы продаж).²²

Важным вопросом, в условиях укрепления рынка связанную с последствиями экономического кризиса, является определение объектов реальных инвестиций с целью объединения компаний. Такие инвестиции, по нашему мнению должны способствовать развитию ключевых компетенций.

Разработка стратегии осуществляется по схеме:

- а) формулировка стратегии (постановка цели);
- б) придание стратегии формы (планирование);
- в) реализации стратегии;
- г) оценка и контроль реализации стратегии.

Определение общей стратегии является сложной ступенью, так как необходимо провести глобальный анализ потребностей предприятия, конкретизировать миссию компании, целевую установку. Цели организации становятся критериями деятельности и принятие управленческих решений. На основании поставленных целей, оценки потенциала предприятия, анализа внешней

среды, степени риска, допустимого предприятия, а также цикла его развития принимается базовая стратегия развития производства, отражающая общее направление его деятельности.

Базой для формирования инвестиционной стратегии должен служить так называемый стратегический анализ. Такой анализ требуется предприятию с целью определения преимуществ и недостатков перед конкурентами, чтобы сделать выводы для выработки собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества. В свою очередь в стратегии должны быть изложены основные инвестиционные приоритеты хозяйствующего субъекта, выбраны инвестиционные проекты. Затем для каждого из них описаны цели, показатели экономической эффективности, источники финансирования, возможные риски и методы их нивелирования. На этом этапе следует описать специфику получения конкурентных преимуществ в инвестиционных проектах и заложить целевые показатели для контроля реализации всего инвестиционного цикла по проекту.²³

Можно представить три уровня формирования инвестиционной стратегии:

1. Общая инвестиционная стратегия. Концепция инвестиционной стратегии соответствует общей стратегии предприятия, определяет основные положения инвестиционной деятельности, учитывает основные положения финансовой стратегии.
2. Деловая инвестиционная стратегия. Определяет объекты финансирования, взаимодействует с другими функциональными стратегиями, выявляет денежные потоки, предназначенные для реализации функциональных стратегий, формирует источники финансирования, выбирает оптимальный портфель.
3. Операционная инвестиционная стратегия. Конкретизирует детали деловой стратегии за счет определения подходов, адресных действий и практических шагов по обеспечению управления функциями инвестиционной стратегии. Оценивает степень риска. Определяет, за счет, каких источников финансирования обеспечивается каждый этап проекта, оценивает эффективность, сопоставляет альтернативные варианты развития.

Процесс разработки инвестиционной стратегии предполагает несколько последовательных этапов:²⁴

- изучение инвестиционных намерений;
- определение периода формирования инвестиционной стратегии
- анализ и оценка возможностей и потребностей;
- формирование стратегических целей, описание стратегии;
- выбор стратегии;
- определение стратегических направлений формирования инвестиционных ресурсов;
- организационно-экономические мероприятия по

²² Градов, А. П. Цикличность развития экономики и управление конкурентными преимуществами : монография / А. П. Градов — СПб.: Полтораки, 2011 г. — 213 с.

²³ Лахметкина, Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия: учебное пособие - 7-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2014. - 232 с. - (Бакалавриат).

²⁴ Маколов, В.И. Доминанты инвестиционной политики региона в посткризисный период / В.И. Маколов // Экономический анализ: теория и практика. — 2010. — №36. — С. 19–24.

обеспечению реализации инвестиционной стратегии;

- контроль реализации инвестиционной стратегии;
- оценка результативности разработанной стратегии в соответствии с первоначально поставленными целями;
- постинвестиционный контроль.

Период формирования инвестиционной стратегии зависит от таких условий, как предсказуемость развития экономики и инвестиционного рынка; продолжительность периода; принятого для формирования базовой стратегии предприятия; размер предприятия; отраслевая принадлежность предприятия.

Что касается стратегических целей инвестиционной деятельности, то они должны исходить из системы целей базовой стратегии. Эти цели могут быть определены в виде роста уровня прибыльности инвестиций и суммы дохода от инвестиционной деятельности; обеспечения прироста капитала; изменения пропорций в формах реального и финансового инвестирования; изменения отраслевой и региональной направленности инвестиционных программ; диверсификации производственной деятельности.

Ясно, что все формы и направления инвестиционной деятельности предприятия возможны за счет привлеченных инвестиционных ресурсов. Стратегия создания ин-

вестиционных ресурсов является важным составным элементом и финансовой и инвестиционной стратегии. Основной задачей является такой стратегии – это наиболее грамотное и эффективное использование финансовых потоков, а также обеспечение финансовой устойчивости предприятия в долгосрочной перспективе.

Процесс разработки стратегии инвестирования на предприятии должен опираться на анализ рассмотренных подходов и современные экономические условия.

Таким образом, методика инвестиционной стратегии должна быть максимально эффективно использовать инвестиционный потенциал предприятия.

Список литературы

1. Булгакова, Л.Н. Методы оценки инвестиционной привлекательности предприятий и регионов. // Финансы и кредит. - 2011. - № 15. - с 67-73.
2. Градов, А. П. Цикличность развития экономики и управление конкурентными преимуществами: монография / А. П. Градов — СПб.: Полторак, 2011 г. — 213 с.
3. Лахметкина, Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия: учебное пособие - 7-е изд., стер. - М.: КНО-РУС, 2014. - 232 с. - (Бакалавриат).
4. Маколов, В.И. Доминанты инвестиционной политики региона в посткризисный период / В.И. Маколов // Экономический анализ: теория и практика. — 2010. — №36. — С. 19–24.

БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА

Самойленко Марина Геннадьевна

Ростовский государственный строительный университет г. Ростов-на-Дону

BANK LOANING OF REAL ESTATE DEVELOPMENT SECTOR

Samoylenko Marina, Rostov State University of Civil Engineering, Rostov-on-Don

АННОТАЦИЯ

Целью исследования является определение эффективности и анализ волатильности банковского кредитования строительного сектора. Ипотечные и строительные кредиты требуют профессионального управления и применения адекватных инструментов риск-менеджмента. Для проведения исследования используются методы: группировки, сравнения, экономико-статистического анализа, корреляционного анализа. Повышение эффективности банковского финансирования недвижимости требует: четкой идентификации всех рисков, проведения мониторинга заемщиков, транспарентности заемщиков, проработки договоров, страхования рисков.

ABSTRACT

The researching purpose is determination of efficiency and volatility analysis of bank loaning of real estate sector. Mortgage and construction loans require professional management and usage appropriate tools of risk-management. Methods for researching of real estate sector efficiency: grouping method, comparison method, economic and statistical analysis, correlative analysis. Increase of bank loaning of real estate sector efficiency requires: clear identification of all risks, closely monitoring of borrowers, enhancing transparency of borrowers, careful study of contracts, risk insurance.

Ключевые слова: финансирование недвижимости; банковское кредитование; ипотечные кредиты; строительные кредиты.

Key words: real estate financing; bank lending; mortgage credit; construction loans.

Строительный сектор в рыночной экономике является одним из катализаторов роста экономики. Финансирование недвижимости является важнейшим каналом долгосрочных инвестиций. В связи с этим состояние сферы недвижимости влияет на экономическую стабильность. Причинами изменений цен на недвижимость могут быть как макроэкономические факторы, так и индивиду-

альные особенности присущие рынку недвижимости. Финансирование недвижимости за счет высокой капиталоемкости строительной продукции невозможно без банковского кредитования, поэтому последнее оказывает существенное влияние на рынок недвижимости.

Финансирование недвижимости оказывает влияние на поведение всех субъектов экономики, а банковское кредитование находится в двояком положении: оно

оказывает влияние как на спрос, так и на предложение. Актуальным является вопрос, каким образом банковское кредитование оказывает влияние на рынок недвижимости и насколько велико его влияние. В свою очередь банковские условия и объемы кредитования зависят от экономической устойчивости.

Недвижимость является важной частью национального богатства. Эффективное функционирование институтов финансирования недвижимости способствуют стабильному росту экономики, как на локальном, так и на национальном уровне. Влияние финансирования недвижимости проявляется в динамике макроэкономической волатильности, в уровне занятости населения, в воздействии на субъекты всех секторов экономики.

Цены на недвижимость в краткосрочной перспективе не находятся в состоянии равновесия, а в долгосрочной – демонстрируют циклическую траекторию. Цены, находясь под влиянием различных факторов в моменте, таких как ВВП, курс доллара США, доход населения находятся в постоянном движении.

Согласно закону рынка: цены падают при дефиците спроса и повышаются при дефиците предложения. Особенность рынка недвижимости заключается в том, что у строительной продукции большой срок создания и эксплуатации, поэтому рынок недвижимости очень трудно привести в состояние равновесия из-за специфичности товара [6, с. 95]. Для производителей главным является вопрос: когда лучше всего начинать строить, чтобы при вводе объекта в эксплуатацию рынок находился в фазе роста, что позволит реализовать максимально большой объем построенных площадей.

Рынок недвижимости является проциклическим и усиливает цикличность всей экономики. Взаимосвязь циклов рынка недвижимости и экономических циклов заключается в том, что кризисы на рынке недвижимости нередко являются причиной кризисов экономических. По мнению авторитетных исследователей [5, с.3], ключевую

роль в этих процессах занимают банки, как субъекты экономики, финансирующие спрос и предложение рынка недвижимости.

Финансирование недвижимости невозможно без банковского кредитования, поэтому последнее оказывает существенное влияние на рынок недвижимости. В структуре финансирования недвижимости наибольшую долю занимают внешние источники: как для спроса (ипотечное кредитование), так и для предложения (строительные кредиты) [1, с. 7]. Риски кредитования недвижимости связаны с высокой капиталоемкостью строительной продукции, и как следствие с высокой кредитозависимостью заемщиков, которые в большинстве случаев, не способны обойтись без заемного финансирования [4, с. 1].

Для проведения исследования эффективности банковского кредитования необходима база данных, состоящая из российских банков (не входящих в ТОП-30 крупнейших банков России). С помощью метода группировки банки разделяются на группы, по признаку - объем активов. Необходимо составить систему показателей эффективности банковского кредитования недвижимости, включающую макроэкономический уровень и уровень хозяйствующих субъектов. Для определения изменения объемов банковского кредитования в каждой группе темпы роста строительных и ипотечных кредитов. Метод корреляционного анализа позволяет установить тесноту и направление связи факторов. Расчет экономических показателей позволяет определить эффективность кредитования на уровне хозяйствующих субъектов.

Главными игроками рынка недвижимости являются банки. Для проведения исследования была сформирована исследовательская выборочная база данных, состоящая из 30 единиц наблюдения — российских банков, и содержащая опубликованные панельные данные аудированной финансовой отчетности по стандартам МСФО за период с 2009 по 2013 гг. В качестве основы для формирования групп банков выбрана классификация банков по удельному весу выданных кредитов в совокупных активах банка: 1 группа – менее 54%, 2 группа – 55-70%, 3 группа – более 71%. В «табл. 1» представлена характеристика групп исследовательской совокупности.

Таблица 1

Группировка банков по объему активов (2009-2013 гг.)											
Группа	Кол-во банков в группе	2009	2010		2011		2012		2013		Средний объем активов по группе, тыс. руб. (2009-2013 гг.)
		Среднее значение валюты баланса, тыс. руб.	Кол-во банков в группе	Среднее значение валюты баланса, тыс. руб.	Кол-во банков в группе	Среднее значение валюты баланса, тыс. руб.	Кол-во банков в группе	Среднее значение валюты баланса, тыс. руб.	Кол-во банков в группе	Среднее значение валюты баланса, тыс. руб.	
1	11	118 782 762	13	124 965 343	7	91 622 355	10	118 166 152	8	112 080 540	113 123 430
2	15	119 911 938	16	169 196 259	12	117 061 068	12	271 473 881	13	360 764 747	207 681 579
3	4	186 999 248	1	230 807 992	11	247 820 968	8	333 126 135	9	361 390 476	272 028 964
Итого	30	141 897 983	30	174 989 865	30	152 168 130	30	240 922 056	30	278 078 588	177 494 508

Сформирована система показателей, состоящая из макроэкономических факторов, влияющих на эффективность кредитного финансирования недвижимости, и показателей эффективности деятельности банков (рис. 1). На

кредитование рынка недвижимости, во всех группах банков, оказывают влияние: ВВП, среднедушевой доход населения, цена на рынке недвижимости.

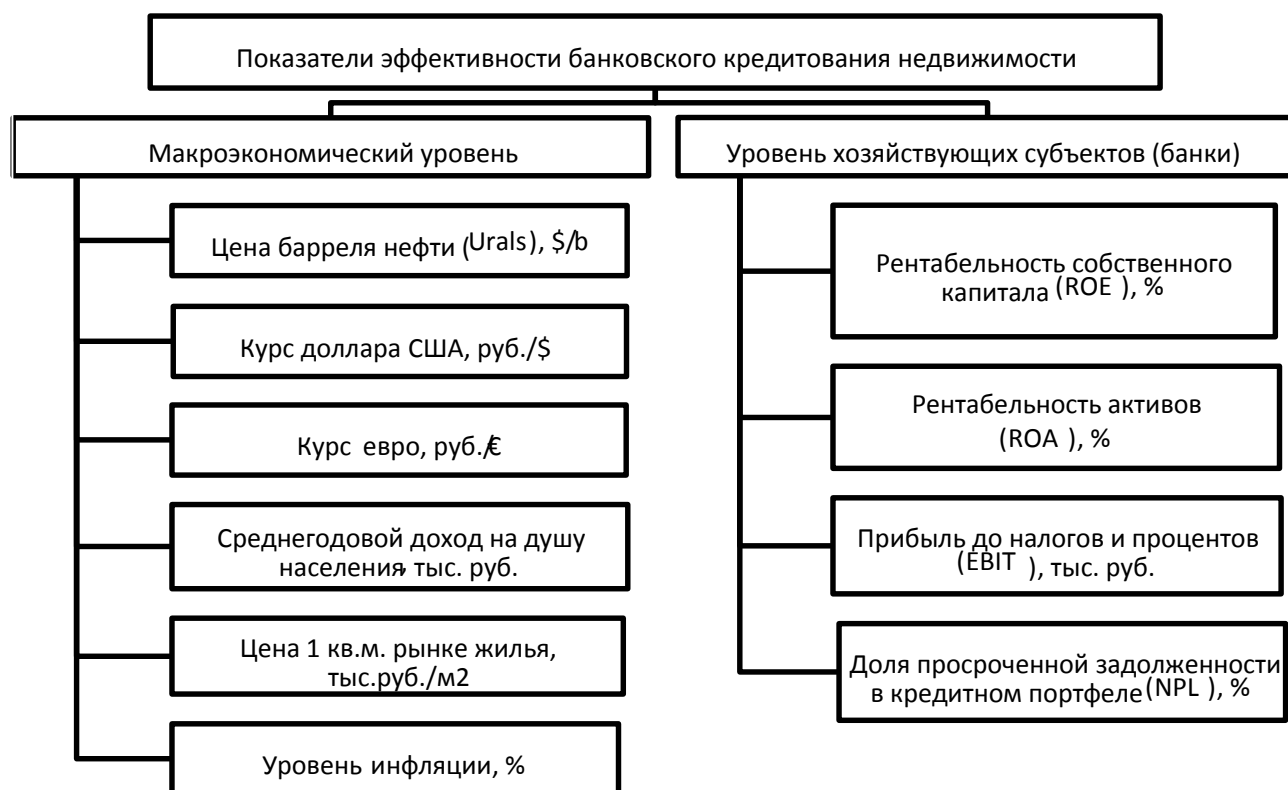


Рисунок 1 - Показатели эффективности банковского кредитования недвижимости

Объемы банковского кредитования изменяются с течением времени разнонаправленно. Банковское кредитование растет, когда растет предложение и спрос. Спрос и предложение изменяют свою динамику развития не синхронно, поэтому и темпы волатильности на рынке недвижимости для спроса и предложения неодинаковы (табл. 2). У строительных кредитов выше волатильность, проявляющаяся в периодических подъемах и спадах объемов кредитования. Ипотечные кредиты более стандартизированы и не имеют резких подъемов и спадов. Крупные банки наиболее устойчивы и не показывают резких изменений в объемах строительного кредитования субъектов рынка недвижимости, но средние и мелкие банки более чувствительны к увеличению объемов, что отражается в непропорционально возрастающих рисках.

Финансирование недвижимости имеет существенную связь с банковским капиталом (табл. 3). У крупных банков показатели рентабельности и операционная при-

быль находятся в прямой тесной связи с объемами кредитования рынка недвижимости, что говорит об устойчивости таких банков.

У мелких банков наблюдается обратная сильная связь показателей рентабельности капитала и операционной прибыли от объемов кредитования рынка недвижимости, при этом имеют место высокая волатильность объемов кредитования рынка недвижимости.

Одним из показателей качества кредитного риск-менеджмента является уровень просроченной задолженности [2, с. 38]. Доля просроченной задолженности по строительным кредитам больше, чем по ипотечным, что говорит о большем риске для банка при выдаче строительных кредитов (табл. 5). Это можно объяснить: 1) отсутствием залога при строительном кредитовании, 2) невозможностью банка проследить за надлежащим использованием выданного кредита; 3) отсутствием эффективных инструментов контроля за оппортунистическими действиями заемщиков строительного сектора.

Таблица 2

Темп роста строительных и ипотечных кредитов по группам банков (2009-2013 гг.)

Группа	Темп роста строительных кредитов в кредитном портфеле (%), 2009=100%				Темп роста ипотечных кредитов в кредитном портфеле (%), 2009=100%			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
1	100,9	63,4	80,3	78,9	93,5	106,7	122,4	130,4
2	109,3	100,7	130,6	99,3	77,8	76,3	96,1	93,2
3	105,4	100,1	107,6	103,1	90,7	112,4	126,6	151,0

Таблица 3

Показатели эффективности кредитования по группам банков выборочной совокупности

Показатели	2009	2010	2011	2012	2013
	1 группа				
ROE	0,03	0,10	0,16	0,10	0,06

ROA	0,01	0,02	0,02	0,01	0,01
EBT, тыс. руб.	1 476 600	2 496 232	3 064 090	2 664 382	572 671
2 группа					
ROE	0,09	0,11	0,10	0,15	0,10
ROA	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01
EBT, тыс. руб.	1 405 084	2 415 277	3 771 881	4 455 820	5 417 371
3 группа					
ROE	0,04	0,10	0,07	0,12	0,01
ROA	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
EBT, тыс. руб.	11 336	1 251 117	957 617	2 893 631	- 226 180

Таблица 5

Доля просроченной задолженности в кредитных портфелях банков РФ (2009-2013 гг.)

Показатели	2009	2010	2011	2012	2013
NPLик	0,0010	0,0017	0,0016	0,0013	0,0011
NPLск	0,0038	0,0047	0,0039	0,0031	0,0027
NPLик+ск	0,0048	0,0064	0,0055	0,0044	0,0038

Цикличность финансирования недвижимости влияет на эффективность банковского финансирования недвижимости. В ходе исследования было выявлено: снижение прибыли до налогообложения (EBT), снижение рентабельности капитала (ROE), устойчивость рентабельности активов (ROA), колебание цен на рынке недвижимости приводит к росту просроченной задолженности (NPL).

Особенности банковского финансирования недвижимости, выявленные в ходе исследования: (а) величина собственного капитала не является индикатором успешности финансирования недвижимости, (б) удельный вес ипотечных и строительных кредитов не влияет на финансовые результаты кредитора, (в) ипотечные и строительные кредиты требуют профессионального управления и применения адекватных инструментов риск-менеджмента.

Повышение эффективности банковского финансирования недвижимости требует: четкой идентификации всех рисков, проведение мониторинга заемщиков на всех этапах реализации проекта, транспарентность заемщиков, проработка договоров, страхование рисков.

Литература

1. Полховская Т.Ю. Финансирование недвижимости: теории и проблемы институализации. – Ростов-на-Дону: Рост. гос. строит. ун-т, 2013. -137с.

2. Полховская Т.Ю. Финансовые ковенанты как инструмент рискменеджмента специализированного кредитования // Финансовые исследования. -2013. -№1. С. 38-45.
3. Полховская Т.Ю. Финансовые предикторы рыночных цен недвижимости // Рыночная экономика и финансово-кредитные отношения: ученые записки. Вып. 11. Ростов н/Д: Рост. гос. строит. ун-т, -2009. С.108-121
4. Полховская Т.Ю. Роменский А.В. Ковенанты строительного кредитования [Электронный ресурс] // «Инженерный вестник Дона». -2012.
5. № 4 (ч. 2). —Режим доступа: <http://ivdon.ru/magazine/archive/>
6. Herring R., Wachter S. Bubbles in Real Estate Markets // Zell/Lurie Real Estate Center Working Paper #402, March 2002.
7. Grenadier S.R. The Persistence of Real Estate Cycles // Journal of Real Estate Finance and Economics. 1995. No. 10 (2). Pp. 95-121.
8. Информационное агентство Интерфакс. Режим доступа: <http://www.interfax.ru>
9. Система комплексного раскрытия информации. Режим доступа: <http://www.skrin.ru>.
10. Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru>
11. Центральный банк РФ. Режим доступа: <http://www.cbr.ru>

ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ: ПРИНЦИПЫ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Сембеков Амир Катеевич

Доктор экономических наук, профессор, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза
г. Караганда

EURASIAN ECONOMIC UNION: PRINCIPLES, OPPORTUNITIES AND PROSPECTS

Sembekov Amir, Doctor in Economic sciences, professor Karaganda Economic University, Karaganda

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные перспективы интеграционного сотрудничества Евразийского экономического союза. Создание интеграционного союза является эффективным механизмом минимизации отрицательных воздействий глобализационных рисков. Формирование экономического пространства ЕАЭС в условиях мировой интеграции упрощает условия международной торговли не только между странами ЕАЭС, но и с другими интеграционными объединениями.

ABSTRACT

This paper considers the main perspectives of integration cooperation of the Eurasian Economic Union. Creation of integration alliance is an effective mechanism to minimize the negative impacts of globalization risks. Formation of the EAEU economic space within the global integration simplifies the terms of international trade not only between the EAEU countries, but also with other integration associations.

Ключевые слова: Евразийский Экономический Союз; интеграция; экономическое пространство; интеграционное объединение.

Keywords: Eurasian Economic Union; Integration; Economic Space; Integration associations.

Как показывает мировой опыт, противостоять современным рискам государству в одиночку крайне сложно, точнее невозможно устоять, и поэтому формирование долгосрочных экономических отношений сотрудничества с переходом на уровень интеграции является наиболее реальной альтернативой. Формирование интеграционного союза является объединенным ответом на экономические кризисы и риски, эффективным механизмом минимизации отрицательных воздействий.

Начало работы Евразийского экономического союза (ЕАЭС) означает переход национальных экономик трех стран на новую ступень экономического роста и создает условия для формирования дополнительных источников модернизации экономик стран-членов. Союз будет способствовать повышению уровня национальной конкурентоспособности в условиях глобализационных влияний мировой экономики. ЕАЭС формируется на основе Таможенного союза и Единого экономического пространства России, Белоруссии и Казахстана в качестве международной организации региональной экономической интеграции. Преимуществом создания ТС, затем ЕАЭС является общие факторы и условия миросуществования – исторические, языковые, культурно-образовательные условия бывшего Союза, межхозяйственные кооперационные связи и другие. Наши страны, вошедшие в интеграционный союз, изначально развивались в едином народнохозяйственном механизме, имели общие технологические условия хозяйствования, что позволяет с оптимизмом смотреть на перспективу развития интеграции. Актуальность создания интеграционного союза подтверждает следующий факт – объемы мировой торговли непрерывно возрастают и по итогам 2013 года составляет более 18,2 трлн. долларов и, соответственно, все страны в мировой торговли стараются устранить барьеры, мешающим международным торговым операциям и минимизировать издержки. Поэтому региональная интеграция ЕАЭС становится актуально-важным для национальных экономик России, Казахстана и Беларуси.

Подписание документа президентами России, Белоруссии и Казахстана в мае 2014 года, зафиксировало интеграцию России, Белоруссии и Казахстана к более сложной стадии интеграционного взаимодействия после Таможенного союза (ТС) и Единого экономического пространства (ЕЭП). Парламентами стран РФ, Белоруссии и Казахстана осенью 2014 года были утверждены законы о ратификации договора о Евразийском экономическом союзе

(ЕАЭС). В декабре 2014 года были ратифицированы документы о присоединении Армении к интеграции в составе ЕАЭС. 23 декабря 2014 года президентами стран-учредителей ЕАЭС был подписан договор о присоединении Республики Кыргызстан к ЕАЭС, по которому планируется вхождение Республики Кыргызстан в мае 2015 года.

Таким образом, начинает формироваться крупнейший общий рынок на пространстве СНГ с потенциалом в 180 миллионов человек, который, по мнению отцов-основателей интеграционного союза ЕАЭС должен стать новым мощным центром регионального экономического развития на глобальном пространстве Евразии от западной Европы до Китайского моря.

Действие договора с 1 января 2015 года должен запустить развитие внутренних торговых, экономических и иных кооперационных связей, поддержать национальную конкурентоспособность стран интеграции. Помимо прямых целей и задач ЕАЭС, определенных документами интеграционного договора, в части интеграционного развития национальных экономик, данный союз имеет право на расширение интеграционного пространства, что уже практически начало осуществляться. В частности, Договор будет регулировать 19 сфер экономической деятельности. Это таможенное регулирование, внешнеторговая политика, техническое регулирование, торговля услугами и инвестиции, регулирование финансовых рынков, налоги и налогообложение, конкурентная политика, естественные монополии, энергетика, транспорт и другие. В рамках создаваемого ЕАЭС уже функционирует единая таможенная территория с общим Таможенным кодексом и единым таможенным тарифом, с общим рынком товаров, услуг, капитала и трудовых ресурсов, с населением более 170 млн. человек и общим объемом ВВП в 1,6 трлн. долл. США, что составляет 4% мирового ВВП, и более 80% ВВП стран СНГ, 11% глобального сырьевого экспорта[1].

Дополнительные возможности ЕАЭС крайне привлекательны в этом аспекте. По мнению председателя Государственной думы РФ господина Нарышкина С. « в интеграции с общим рынком ЕАЭС заинтересовано 40 стран. Зоны свободной торговли, создание которой планируется со многими из этих стран, по своей сути являются первой ступенью интеграционной составляющей» [2].

В первую очередь страны-члены ЕАЭС должны будут развивать экономические контакты с сопредельными государствами. Новыми экономическими партнерами для 4-х участников ЕАЭС могут стать страны, находящиеся в стадии интеграции в зоне свободной торговли с 2011 года,

это - Молдавия, Киргизия, Таджикистан (не ратифицировал договор), Узбекистан (присоединился в особом порядке), Украина. В зоне свободной торговли отменены были множество двухсторонних соглашений между государствами, экспортные и импортные пошлины для внутренней торговли и количественные ограничения для внутренней торговли. К тому упрощены внутренние границы стран-участниц и пограничный контроль на них.

Эти целевые задачи союза могли бы стать краткосрочными и среднесрочными перспективами интеграционного расширения ЕАЭС. Из-за геополитических интересов экономически развитых государств мира, как США, Китай, Россия, Евросоюз возникают множество экономических, политических рисков для таких стран как Казахстан, находящейся в середине геополитического пространства, как видно на примере с событиями на Украине, что делают крайне невыгодным ориентироваться только на развитые страны. Огромные перспективы заложены в сотрудничестве союза со странами, как Азербайджан, Вьетнам, Иран, Индия, Турция в рамках зоны свободной торговли на взаимовыгодных торговых отношениях. Возможности сотрудничества интеграционных объединений ЕС с ЕАЭС было бы взаимовыгодным для всех стран Европейского и Евразийского союзов. Экономическое сотрудничество Евросоюза с Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС) может быть более выгодно для Европы, нежели трансатлантический союз с США, заявил РИА «Новости» известный польский политолог, директор Европейского центра геополитического анализа Матеуш Пискорский. По мнению М. Пискорского «Для Европы взаимодействие с ЕАЭС могло бы стать стратегическим проектом по созданию зоны свободной торговли от Лиссабона до Владивостока».

На наш взгляд, в долгосрочной перспективе наиболее стратегически выгодным было бы формирование экономической интеграционной оси по линии Китай - ЕАЭС - ЕС, который мог бы сформировать глобальный рынок товаров и услуг свободной торговли от Лиссабона до Владивостока.

В основу евразийской интеграции предложена идея, так называемой рыночной концепции «4 свобод»:

- 1) свободное движение товаров.
- 2) свободное движение услуг.
- 3) свободное движение капитала.
- 4) свободное движение рабочей силы.

Термин "четыре свободы" – это передвижение товара, капитала, рабочей силы и услуг. Известно, что термин («четыре свободы») был позаимствован из опыта европейской интеграции, Генерального Соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ, 1994 г.) и более того, об этих «четырёх свободах» говорили достаточно давно, еще в 50-х годах.

Евразийский экономический союз использует в работе основные принципы Генерального Соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ) Всемирной торговой организации (ВТО), ибо самый крупный участник союза Россия является членом ВТО, а Казахстан планирует завершить переговоры и вступить в ВТО в ближайшее время. Основной целью ГАТТ, которое устанавливает многосторонние нормы для торговли товарами, является создание свободной системы торговли, при которой предприятия стран-членов могут торговать друг с другом на условиях спра-

ведливой и свободной конкуренции. Правила, предписываемые ГАТТ и сопутствующими соглашениями, базируются на нескольких простых принципах и правилах [3].

Принцип защиты внутреннего рынка с помощью таможенных тарифов. Несмотря на то, что ГАТТ выступает за свободную торговлю, в нем признано, что входящие в него страны-члены имеют право защищать внутреннее производство от иностранной конкуренции. Однако для этого необходимо, чтобы такая защита была ограничена и осуществлялась с помощью таможенных тарифов. Для обеспечения этого принципа на практике запрещается применять количественные ограничения, за исключением ограниченного числа случаев.

Принцип наибольшего благоприятствования в торговле. Это важное положение ГАТТ требует, чтобы тарифы и другие меры регулирования, применялись к импортируемым и экспортируемым товарам без дискриминации по странам. Таким образом, этот принцип не дает возможности какой-либо стране устанавливать таможенные пошлины на импорт из одной страны выше тех, которые она применяет к импортируемым товарам из других стран, хотя существует ряд исключений из этого правила. Одним из исключений является торговля между членами региональных торговых соглашений, в которых применяются преференции по ставкам или освобождение от пошлин импорта.

Принцип национального режима. В то время как принцип наибольшего благоприятствования запрещает нам применять дискриминационные меры к товарам, произведенным в разных странах, правило национального режима препятствует дискриминации в отношении импортируемых товаров по сравнению с их аналогами, произведенными в самой стране как в отношении обложения их внутренними налогами, так и в отношении применения внутреннего законодательства.

Таким образом, страна не имеет права после того, как товар попал на ее рынок после уплаты таможенного сбора, взимать внутренний налог (например, налог на продажу или налог на добавленную стоимость - НДС) по более высоким ставкам, чем те, которые налагаются на товары отечественного или внутреннего происхождения.

Кроме того, существуют Правила общего применения. Четыре вышеописанных основных правила дополняются правилами общего применения, относящимися к товарам, ввезенным на таможенную территорию импортирующей страны, которым должны следовать страны:

1. Определение таможенной стоимости товара, т.е. подлежащей таможенному обложению. Соглашение по таможенной стоимости защищает интересы импортеров с помощью положения о том, что таможенная стоимость товара должна определяться на базе уплаченной, либо подлежащей оплате цены товара, перемещаемого через таможню.
2. Применение обязательных стандартов. Зачастую страны требуют, чтобы товары импортируемые отвечали обязательным стандартам с целью защиты здоровья и безопасности их граждан. Соглашение по техническим барьерам в торговле предусматривает, что такие товарные стандарты не должны формулироваться и применяться таким образом, чтобы приводить к установлению нежелательных ограничений в торговле.

3. Применение санитарных и фитосанитарных правил. Такие правила применяются в странах для защиты своего растительного и животного мира, а также здоровья людей от распространения вредителей или заболеваний, которые могут быть занесены в страну через зараженные овощи, мясо и другие пищевые продукты.

4. Процедуры лицензирования импорта. Соглашение по процедурам лицензирования импорта устанавливает правила лицензирования, которым должны следовать соответствующие организации при выдаче импортных лицензий, и временные рамки, в пределах которых такие лицензии должны выдаваться, если в стране требуется представление такой лицензии в качестве предварительного условия на импорт.

Концепция глобальной концепции «четыре свободы» на евразийском интеграционном пространстве реализуется согласно статьи 3 договора о Евразийском экономическом союзе, на основе следующих принципов:

- 1) принципы суверенного равенства государств-членов и их территориальной целостности;
- 2) уважение особенностей политического устройства государств-членов;
- 3) обеспечение взаимовыгодного сотрудничества, равноправия и учета национальных интересов Стран;
- 4) соблюдение принципов рыночной экономики и добросовестной конкуренции;
- 5) функционирование таможенного союза без изъятий и ограничений после окончания переходных периодов [4].

В практическом аспекте конкретизация принципов функционирования интеграционного договора предполагает обеспечение соблюдения суверенного равенства, равноправия и учета национальных интересов всех сторон-участников. Во избежание эксцессов и непонимания в договор между странами-участницами заложен четкий механизм консенсуса при принятии стратегически значимых решений, причем на всех уровнях, который должен соблюдаться всеми сторонами договора. Наряду с другими мерами, в договоре исключены всякие возможности

доминирования какого-либо государства. Например, в коллегии евразийской экономической комиссии (ЕЭК), которая, по сути, является наднациональным органом, заложен механизм принятия решения консенсусом и квалифицированным большинством (консенсусность принятия решений). Аналогично принимаются решения по наиболее принципиальным вопросам, которые должны быть утверждаться главами государств.

Не менее важным является соблюдение правила наибольшего благоприятствования в торговле. Это основное положение любой международной торговли, предусмотренных в правилах ГАТТ и ЕАЭС, чтобы тарифы и другие меры межстранового регулирования, применялись к импортируемому и экспортируемому товарам без дискриминации по странам интеграционного союза.

Важнейший принцип многовекторности внешней политики Казахстана - эта возможность самостоятельного проведения внешнеэкономической торговли на всех уровнях, никто и ничто не запрещает Казахстану сотрудничать с третьими государствами и международными организациями.

Формирование экономического пространства интеграционного союза ЕАЭС с едиными условиями торговых тарифов и принципами совместимыми с условиями ГАТТ ВТО значительно упрощает условия международной торговли не только между странами ЕАЭС, но и с другими странами – участниками ВТО. В значительной степени повышает конкуренцию национальных товаропроизводителей, сокращает транспортные, торговые издержки на рынках союза, улучшает экспортные возможности.

Литература

1. <http://kapital.kz/economic/>. Что даст Казахстану ЕАЭС? М. Муканов.
2. А. Чекрыжов. Президент, Парламент, интеграция. Газета «Central Asia Monitor/ №48-49(520-521). С.10.
3. <http://www.4plus.ru>. ВТО. Основные принципы.
4. www.kursiv.kz. Договор о Евразийском экономическом союзе, с приложениями.

ОСОБЕННОСТИ И ВЗАИМОВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА И СПОНСОРСТВА В СПОРТЕ

Телецкая Елена Александровна

студентка 2 курса 5 группы, направление подготовки «Экономика», Шуклина З.Н. доктор эк. наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга, Брянского государственного университета имени академика И.Г.Петровского, г. Брянск

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрены проблемы влияния спонсорства на спорт, его преимущества и недостатки. Проанализированы особенности, взаимовлияние спортивного маркетинга и спонсорства. Выявлены способы и методы, благодаря которым существует спонсорство. На основе проведенного исследования автором предлагается выделить примеры спонсорства в спорте, дается его определение, формулируются основные характеристики спортивного маркетинга и спонсорства.

Ключевые слова: спортивный маркетинг; спонсорство.

Современный маркетинг – это широкое понятие, целая философия бизнеса, основной целью которого является не просто получение максимальной прибыли, но изучение спроса, потребностей потребителей и удовлетворение их. Спортивный маркетинг – это деятельность, направленная на комплексное решение как непосредственных, так и косвенных задач потребителей спортивных услуг, компаний, работающих в спортивной сфере, и других физических лиц, и организаций, связанных со спортом, а также продвижение брендов организаций через спортивные события. Одним из современных методов в маркетинге является реклама, а спонсорство предстает как особый вид рекламы. Мы подчеркнем, что спонсорство – это определенно один из видов поддержки различных сфер общественной жизни, своеобразная форма социальных инвестиций. Но в то же время, спонсорство нельзя назвать ни альтруизмом, ни меценатством, ни благотворительностью. Спонсорская поддержка в обязательном порядке предусматривает встречную услугу, ответ на финансирование. Любое мероприятие нуждается в PR поддержке, а наличие СМИ благотворно влияет на принятие решения компании о спонсорской поддержке. Стоит помнить, каждая компания, готовая стать спонсором, хочет точно знать, что она получит от участия в спортивном мероприятии.

Определение спонсора приведено в пункте 9 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». Так, «спонсором является лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности». Спонсорство является синтетическим видом маркетинговых коммуникаций, так как при этом используются различные средства маркетинговой коммуникации: реклама (логотип фирмы на плакатах, в программах мероприятий), стимулирования сбыта (концерты специально приглашенных исполнителей), паблик рилейшнз (при проведении съездов, конгрессов), персональная продажа (при проведении мероприятий, спонсируемых фирмой, переговоры о продаже товаров). Прибегая к спортивному маркетингу, рекламодатель получает возможность создать глубокую и эмоциональную связь с потребителями, передав ключевую информацию о бренде с помощью его интеграции в спортивные трансляции и мероприятия. Разделив интересы и ценности спортивной аудитории, клиент легче управляет процессом установления контакта и дальнейшего вовлечения потребителей на территорию бренда.

Определенно, у каждого человека, индивидуума, личности, потребителя есть свой вид спорта, которым он увлечен, занимается или наблюдает за спортивными соревнованиями. Есть свои любимые спортсмены, команды и клубы. И вряд ли зритель у телевизора или болельщик на стадионе задумывается, какую же роль оказывает спонсорство спорту. Да и вообще в чем отличие спонсорства от рекламы, нужно ли оно вообще, в чем преимущество и недостатки? Эти вопросы касаются напрямую спортсменов, но косвенно влияют на увлеченного спортом человека – потребителя.

Основное отличие спонсорства от рекламы состоит в том, что реклама несет информацию о его качестве,

цене, характеристике и вообще сообщает, что такой товар, продукт существует и его можно купить. Основным плюсом спонсорства в отличие от обычной рекламы является «вовлеченность» спонсора в сюжет программы. Рейтинги программы выше рейтингов блоков прямой рекламы, и спонсорское участие исключает соседство с брендами-конкурентами. Иногда спонсорство помогает компании не только увеличить узнаваемость марки, но и установить позитивные ассоциации с брендом. И все же для большинства компаний, особенно крупных, спонсорство скорее инструмент повышения лояльности, построения имиджа или перепозиционирования бренда, нежели способ захвата рынка [3].

Под спонсорством спортивных соревнований подразумеваются определённые действия, позволяющие повысить узнаваемость бренда, повысить его положительный имидж благодаря грамотному освещению соревнований в СМИ, зрелищности спортивного шоу, а также непредсказуемости результата. Каждый вид соревнований имеет свои определённые особенности, они объединяют по интересам и пристрастиям зрителей и участников всех возрастов и профессий. Спонсорство, за счет особых атрибутов спорта (зрелищность, эмоциональность, преданные болельщики, большой интерес СМИ, разнообразие спортивных видов, разноплановая целевая аудитория), позволяет компаниям достичь нескольких целей: создать имидж бренда, повысить его узнаваемость и лояльность к нему, выстроить позитивные коммуникации с целевой аудиторией, выйти и закрепиться на новых рынках, обеспечить рост продаж.

Сегодня спонсорство в спорте – это комплексный маркетинговый инструмент, который дает массу возможностей. Если правильно подобрать вид спорта, спортсмена или клуб, то можно не только создать имидж продукта, но и добиться признания общественности, расширить свое влияние на социум. Можно определить спонсорство как один из видов предпринимательской деятельности, так как спонсорство приносит компании экономии собственных ресурсов на рекламу и организацию мероприятий подобного уровня, прирост продаж и прибыль, а организаторам обеспечивает помощь и поддержку целевой аудитории.

Примеры спонсорства хорошо известны в мировом спорте. Так, самым богатым европейским футбольным клубом является «Реал» Мадрид. «Реал», в составе которого играет самый высокооплачиваемый футболист мира Криштиану Роналду, в прошлом розыгрыше Лиги чемпионов заработал \$62 млн. Еще \$52 млн. в 2014 году клуб получил от контракта с Adidas и \$39 млн. — от рекламного контракта с Emirates [5]. "Ливерпуль" объявил о заключении контракта с производителем спортивной экипировки New Balance, сообщает Vavel. От сотрудничества с организацией клуб получит рекордные 300 миллионов фунтов стерлингов. Соглашение будет рассчитано до 2018 года. — "Ливерпуль" — это один из самых успешных и уважаемых клубов в мировом футболе, и мы рады партнерству с ним, — подчеркнул генеральный менеджер New Balance Ричард Райт. Соглашение является важным шагом для интеграции New Balance в футбол [4].

В свои 22 года нападающий сборной Бразилии Неймар входит в десятку самых высокооплачиваемых футболистов мира по количеству спонсорских контрактов. И частенько в угоду брендам нарушает правила ФИФА и УЕФА.

Его заработок от контрактов составляет \$19,5 млн. Крупнейшие спонсоры: Nike, Konami, Panasonic, Red Bull, Santander, Unilever, Volkswagen, VW, Heliar, Guarana Antarctica, AmBev, Claro, Castrol, Police [6]. У многих западных биатлонистов в приоритете контракты с личными спонсорами. Одними из самых активных являются немцы. Так рекорд по сумме личного рекламного контракта побила Магдалена Нойнер — она получила около миллиона долларов. Международный олимпийский комитет (МОК) подписал долгосрочный контракт с автоконцерном Toyota на рекордную сумму, сообщает ТАСС со ссылкой на руководство МОК. Контракт будет действовать с 2017 по 2024 год, по его условиям Toyota будет спонсором двух летних и двух зимних Олимпиад — в 2018 году в южнокорейском Пхенчхане, в 2020 году в Токио, а также в 2022 и 2024 годах. По данным японских СМИ, сумма соглашения составила \$835 млн. Это рекордная сумма для всех спонсорских сделок с МОК [7]. Таким образом, от этих контрактов никто не проиграл, а наоборот все выиграли.

Manchester United в 2014г. подписал крупнейший спонсорский контракт - на 942 млн евро с производителем спортивной экипировки Adidas. Самым дорогим футбольным клубом в России является «Зенит», который спонсирует крупнейшая нефтедобывающая компания «Газпром», в 2014году потратившая 622,2 млн. руб. В России

из 16 клубов, которые приняли участие в сезоне 2014/15 г. чемпионата России, титульные спонсоры (т. е. те, чей логотип размещен на груди игроков) есть у 12 (включая «Терек»). Государственная компания ОАО «Российские сети» стала новым генеральным спонсором московского ЦСКА. Совет директоров холдинга одобрил заключение соответствующего контракта с красно-синим сроком на пять лет. В связи с утверждением спонсорского соглашения расходы «Россетей» на второе полугодие 2013года выросли на 354,6 миллиона рублей.

В конце 2012 года Scania поставила уникальный автомобиль российской сборной по биатлону, а 6 февраля во время этапа Чемпионата мира по биатлону в Чехии, Нове-Место, состоялась презентация нового грузового автомобиля Scania со специальным полуприцепом для смазки лыж для российской сборной по биатлону. Автопоезд, который Scania разработала специально под нужды российской команды, полностью соответствует их требованиям и задачам. Это партнерство с российской командой по биатлону предоставляет Scania в России уникальную возможность для создания новых отношений со спортом. В России такой проект был реализован впервые. Уникальный автопоезд под заказ был выполнен и для Федерации лыжных гонок России. В мировой практике Scania имеет опыт в подобных проектах, в 2008 году был поставлен первый вакс-грузовик для шведской лыжной сборной, в 2012 году было предложено новое решение для шведской команды, в их пользование был передан новый грузовик для подготовки лыж. Также норвежская сборная приобрела для нужд команды уникальную машину Scania.

В настоящее время спортивный маркетинг является практически самостоятельной дисциплиной, так как традиционные методы маркетинга в приложении к спортивной сфере имеют крайне низкую результативность. Следует отличать «спортивный маркетинг» от «маркетинга в спорте», под которым понимается адаптация уже известных и отработанных в других сферах маркетинговых инструментов. Самое главное отличие «спортивного маркетинга» от маркетинга в других сферах состоит в том, что,

несмотря на то, что есть определенные правила, которых необходимо придерживаться, это направление, в котором «спланированная импровизация», эксперименты играют очень важную роль. Положительно к спонсорству относятся и власти, так как материальная и денежная помощь по большей части ложится не на плечи государственных органов власти. Спонсор может быть, как физическим, так и юридическим лицом, финансирующим какую-либо деятельность как физических, так и юридических лиц. Как правило, спорт спонсируют люди, связанные с бизнесом. Предпринимателям выгодно становиться спонсорами, тем более спортивных событий. Участие в этом принимают не только крупные, но и средние и даже малые предприятия. Используя спонсорство как инструмент дополнительной рекламы и активизации сбыта своей продукции, компании из различных сфер бизнеса оказывают серьезную поддержку профессиональному и любительскому спорту.

Что же спонсорство дает людям, которые просто следят за спортом и не имеют никакого отношения ни к бизнесу, ни к спортивной деятельности? Человек, если он предполагает что-то приобрести, то реклама может его к этому подтолкнуть. Если оценить прямые трансляции, где часто представляют спонсоров трансляции, то зрителя это может попросту раздражать. Ведь он хочет посмотреть спортивное событие, а не эту рекламу, которая ему совсем неинтересна. Ни одна прямая трансляция не обходится без этого, будь то ЧМ или даже Олимпийские игры. Везде на первом месте стоит все-таки цель представить с положительной стороны свою компанию, получить больше прибыли. Чем больше время рекламы на экране, тем большее влияние она оказывает на человека, запоминается и используется при покупке товаров. При этом важно соблюдать правые регламенты распространения рекламы и эффективность влияния на аудиторию.

Кроме положительных моментов, существуют и отрицательные последствия для компаний, которые могут пострадать в финансовом или имиджевом плане при ненадлежащем поведении того, кого спонсируют, так называемый спонси. Под «ненадлежащим поведением» понимается допинг атлета, его недостойное поведение в быту, вождение автомобиля в нетрезвом состоянии, супружеские измены, хулиганство, грубое общение с прессой и прочие проступки. В подобных случаях обычно следует расторжение контрактов между спонсорами и спонси, судебные разбирательства и встречные иски.

Так, например, из-за вождения автомобиля в пьяном виде олимпийский чемпион Ванкувера норвежский лыжник Петтер Нортуг потерял спонсорские контракты. Мало того, что Нортуг ездил нетрезвым на своей Audi, но ещё и попытался скрыться при совершении ДТП. Спонсоры посчитали, что Нортуг сильно подвёл их, нанеся косвенно ущерб их деловой репутации. Со знаменитым лыжником решили разорвать контрактные обязательства представители крупной ритейлерской компании Coor Norge. В результате несколько рюмок обошлись Нортугу в 1,5 миллиона долларов в год [2]. Однако, Петтер Нортуг победил в спринте классическим стилем на чемпионате мира по лыжным видам спорта в шведском Фалуне-2015.

На более мелкие случаи спортивная общественность также обращает внимание. Так, например, в марте 2014 года члены сборной Норвегии по биатлону братья Тарьей и Йоханнес Бё, а также Эмиль Хегле Свендсен сбегали с обзорной экскурсии по словенской Поклюке и

устроили в городе пьяный дебош. Спортсмены принимали водные процедуры в близлежащем водоеме и прокололи шины автомобилей других сборных и сервисных бригад. В итоге биатлонистов лишили премий за сезон и обязали выплатить штраф в размере около 16,7 тысячи долларов [2]. Напомним, что норвежский биатлонист Йоханнес Бё победил в десятикилометровом спринте на чемпионате мира, который проходит в Контиолахти в марте 2015 года, преодолев дистанцию за 24 минуты 13 секунд, допустив на огневых рубежах один промах.

Всего в бюджете Российской Федерации на «Физическую культуру и спорт» в 2015 году выделено 74,9 млрд рублей. Общий прогнозируемый объем расходов в документе определен в 15,5 трлн рублей. Получается, что на спорт государство потратит 0,48% от общего бюджета страны, больше всего пойдет на подготовку к чемпионату мира по футболу 2018 года — около 31 млрд рублей. Еще 27,6 млрд на чемпионат мира выделяют не из «спортивных» денег, а из средств, на программу «Развитие транспортной системы».

РЖД в 2015 году на 20% сокращает финансирование футбольного и хоккейного клубов «Локомотив». TCS Group — материнская компания банка «Тинькофф кредитные системы» — опубликовала расходы по контракту с профессиональной шоссейной велосипедной командой Tinkoff-Saxo. На конец 2014 года будущие выплаты составляли 1,54 миллиарда рублей, при этом 512,6 миллиона планируется выплатить за 2015 год. Однако, данные суммы не учитывают премиальные. В частности, за победу в многодневке «Вуэльта Испании» команда получила 27,9 рублей (500 000 евро).

Для спонсирующей стороны важно то, что активное участие в конкретном мероприятии позволяет доносить «сообщение» до четко определенной целевой аудитории и влиять на ее отношение к продвигаемой марке. В свою очередь, спонсируемая сторона получает средства, которые позволяют ей реализовать весь комплекс необходимых работ по проведению мероприятия, а также подготовить материально-техническую базу и нанять квалифицированный обслуживающий персонал. Спонсорство позволяет выстроить ассоциативную связь между выдающимися достижениями спортсмена или команды с ценностями и профессиональными качествами спонсора, повышая эффективность формирования желаемого имиджа бренда и существенно снижая стоимость контакта с одним потенциальным потребителем [1].

Эффективность вложений в развитие имиджевой составляющей может быть достаточно корректно спрогнозирована через анализ системы ее зависимости от кон-

кретных параметров события. Существует очевидная зависимость: чем ближе параметры определенного события соответствуют интересам компании, тем больше привлекательность имиджевой составляющей проекта, тем больше средств компания готова потратить на поддержку мероприятия при одних и тех же рекламных возможностях. В ближайшем будущем конкуренция между компаниями, желающими выступить в качестве спонсоров спортивных соревнований, турниров и отдельных спортсменов, возрастет. Поэтому количество мероприятий невысокого профессионального уровня может увеличиться, но найти спортивное соревнование по перспективному виду спорта, которое сможет привлечь массового зрителя и гарантировать спонсору хорошую отдачу, станет достаточно сложно. Как прогнозируют эксперты, основное значение будут иметь высокие спортивные результаты и широкая аудитория болельщиков и зрителей. Личностный фактор в привлечении денег постепенно станет отходить на второй план, возрастет интерес к масштабным спортивным мероприятиям — чемпионатам мира, известным кубкам и турнирам [1].

Итак, спонсорство становится эффективным способом создания и укрепления бренда компании, корпорации, медийного лица. Вопреки распространенному мнению, спонсорство не является благотворительностью. Принимая участие в финансировании определенного проекта, спонсор, прежде всего, исходит из собственных коммерческих соображений, из своего стремления получить вполне определенный маркетинговый эффект. Спонсорство воздействует непосредственно на эмоциональную сферу, на подсознание потенциального потребителя, поэтому традиционные приемы рекламы — логотипы, заставки, призы от компании — в рамках спонсорского проекта уже не воспринимаются потребителем как обычная прямая реклама. Разумное сочетание современных маркетинговых технологий позволяет эффективно достичь как повышения узнаваемости, так и формирования положительного имиджа бренда в среде болельщиков.

Список литературы

1. Явлений И. Спонсорство спортивных соревнований, 2008
2. <http://vadim-galkin.ru>
3. <http://www.proreclamu.ru>
4. <http://www.msn.com>
5. <http://m.forbes.ru>
6. <http://www.sovsport.ru>
7. <http://www.gazeta.ru>
8. <http://tvoybiz.biz>

РОЛЬ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ, ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ

Терешкина Ольга Станиславовна

Кандидат экон. наук, доцент, Московский государственный машиностроительный университет
г. Москва

Кудряшова Валентина Владимировна

Доцент, Московский государственный машиностроительный университет, г. Москва

THE ROLE OF PROJECT FINANCING IN THE CURRENT ECONOMIC, POLITICAL CHALLENGES

Tereshkina Olga Stanislavovna, Candidate of Sciences, Associate Professor of Moscow State Engineering University, Moscow

Kudryashov Valentina Vladimirovna, Associate Professor of Moscow State Engineering University, Moscow

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается один из ключевых методов финансирования крупномасштабных инвестиций – проектное финансирование, где в качестве основного обеспечения выступает сам проект, а именно те доходы, которые генерируются им в будущем.

ABSTRACT

The article describes one of the key methods of financing large-scale investment which called the project finance, where the main software performs the project, namely those revenues that are generated by them in the future.

Ключевые слова: инвестиции; проект; банк; кредит; аукционирование; лизинг; риск.

Keywords: investment; project; bank; credit; auctioning; leasing; risk.

Проектное финансирование представляет собой один из способов целевого привлечения инвестиций для реализации высокоэффективных, сложных и крупномасштабных проектов на возвратной основе при разделении риска между участниками системы финансовых и коммерческих отношений данной сделки.

Проектное финансирование возникло в 70-е годы XX столетия первоначально как банковское долгосрочное кредитование инвестиционных проектов.

1. В США в 1970-е гг. во время «нефтяного бума» резко увеличились объемы банковского кредитования проектов в добычу энергоносителей, поскольку их прибыльность исчислялась сотнями и даже тысячами процентов в год. [3]

Первоначально в проектном финансировании доминируют банки США и Канады. С развитием нефтедобычи в Северном море проектное финансирование осуществляют банки Англии.

2. В 1980-е гг. падение цен на энергоносители привело к обесценению портфеля проектного финансирования. Банковский капитал находит новые прибыльные сферы приложения капитала: сектор телекоммуникаций; туристический бизнес; индустрия развлечений и др.

3. В 1990-е гг. на рынке проектного финансирования появились новые институты:

- международные финансовые организации (ЕБРР, МБРР и др.);
- международные банковские синдикаты, выдающие ролloverный кредит (средне- и долгосрочные международные финансовые кредиты с плавающей процентной ставкой);
- государственные агентства экспортных кредитов стран мира;
- Министерство международной торговли и промышленности Японии и др.

4. В первой четверти XXI века проектное финансирование получило широкое развитие в США и Европе, в последние годы в определенной степени становится популярным и в России.

Как показала практика, проектное финансирование представляет интерес для ТЭК, строительной и горнодобывающей отраслей, телекоммуникационного бизнеса, при создании крупных инфраструктурных объектов.

Основные критерии отнесения сделки к проектному финансированию:

- высокая стоимость проекта (от 1 млн. долларов или евро);
- определенный инвестиционный период, включающий производство, поставку, монтаж и ввод в эксплуатацию оборудования или иного имущества;

- создание нового бизнеса (нового производства);
- длительный срок полезного использования оборудования и др.

Проектное финансирование имеет специфические особенности по сравнению с другими формами привлечения капитала:

1) по сравнению с традиционным банковским кредитованием проектное финансирование:

- не ведет к росту общей долговой нагрузки компании, не требуется залог в виде недвижимости, пакета ценных бумаг и т.п.;
- в качестве залога может выступать только то имущество, которое относится к данному проекту, гарантией возврата кредита выступает экономический эффект данного высоко прибыльного проекта;
- погашение кредита будет осуществляться за счет доходов, полученных в будущем от внедренного данного проекта, поэтому особое внимание уделяется проекту и его рискам. Финансовые показатели компании – на втором плане.
- средства, полученные для финансирования данного проекта, нельзя использовать на другие цели компании;
- все основные и оборотные активы данного проекта и связанные с ним денежные потоки выносятся за баланс компании, т.е. обособливаются от других ее активов;

2) по сравнению с акционерной формой привлечения капиталов проектное финансирование отличается тем, что возможность участников сделки влиять на реализацию проекта расширяется:

- акционеры владеют акциями, участвуют в управлении компанией (что характерно для акционерной формы привлечения капитала);
- участники проектного финансирования имеют возможность владеть акциями, принимать участие в управлении компанией, а также в управлении данным проектом.

3) отличие проектного финансирования от владения облигациями – владелец ценных бумаг получает заранее обусловленный доход, но не может влиять на финансирование, управление проектом, на минимизацию рисков и т.д.

4) сроки проектного финансирования в начале нулевых продолжительнее, чем традиционного кредитования и составляли: в США – от 2 до 12 лет, в Европе – от 10 до 15 лет, т.е. сопоставимы со сроком функционирования всего проекта, в России – от 3 до 8 лет.

5) значительны объемы предоставления средств для финансирования проекта. Например, в США максимальная сумма на эти цели могла достигать до 35 млн. долл.

В проектном финансировании появились различные формы и разновидности, а именно прямые инвестиции; создание совместных предприятий; выпуск долговых бумаг (облигационный заем); создание синдикатов по финансированию проектов; лизинг и др.

Следует выделить особенности проектного финансирования в России:

1) проектное финансирование носит более универсальный характер, имеет общие черты с традиционным кредитованием компании:

- в качестве залога принимается все имущество компании;
- возврат заемных средств осуществляется за счет всех доходов, полученных компанией, а не только от данного проекта;

2) произошла определенная модификация схем кредитования:

- кредит под долю в капитале компании;
- кредитование под залог;
- синдицированное кредитование проекта и др.;

3) аналогичное положение – с привлечением средств с помощью облигационного займа или использования лизинга;

4) в середине 2000-х гг. банки сами решали, под какой вид обеспечения кредитовать проект. Например, «Банк Москвы», Промстройбанк Петербурга, Альфа - банк - предпочитали поручительства, оборудование, недвижимость; ИГ «Дельта – капитал» - контрольный пакет акций; «Банк проектного финансирования» - пакет ценных бумаг и т.д.

5) банки РФ выделяли на проектное финансирование около 15% от общей суммы своего кредитного портфеля, а примерно 80% на развитие бизнеса компании вкладывали собственный капитал. [3]

6) если средств было недостаточно, компании должны были увеличить уставный капитал. В противном случае банк приобретал ценные бумаги компании, а затем, имея долю в ее капитале, выдавал кредит.

7) банк, как коммерческая организация, брал на себя только кредитный риск, а не предпринимательский.

8) первоначально банки предпочитали давать кредиты под краткосрочные проекты и с внутренней эффективностью более 25% (например, жилищное строительство), в последующие годы – среднесрочные кредиты под проект.

В начале нулевых годов в России проекты можно было условно разделить на следующие группы:

- микрокредитование на сумму от одного до двух миллионов рублей сроком до одного года – для предприятий малого бизнеса – клиентов банка (Сбербанка, КМБ-банка и др.);
- проекты с объемом финансирования от 500 тыс. до 5 млн. долл., сроком до 3-4 лет - для предприятий среднего бизнеса, имеющих хорошие перспективы развития и кредитную историю.
- крупные инвестиционные проекты, зачастую федерального масштаба и имеющие государственные гарантии, а также проекты областного масштаба. К

этой группе относятся так называемые синдицированные кредиты. Основные источники проектного финансирования – средства из государственного бюджета страны, банков, государственных предприятий – монополистов, а также зарубежные инвестиции под гарантии государства. [6, с.55]

Банки России отдавали предпочтение:

- 1) проектам для приобретения импортного оборудования, поскольку была возможность взять дешевые кредиты у западных кредитных институтов. Кроме того, само современное оборудование можно было использовать в качестве залога.
- 2) «концевым проектам», когда основной объем инвестиций компания уже осуществила за счет собственных средств.

Кредитование идеи (венчурное финансирование) банки считали слишком рискованным мероприятием. [2, с.50]

Например, в 2008 г. конкурс на реконструкцию аэропорта Пулково в Санкт-Петербурге выиграл консорциум «Воздушные ворота северной столицы» (ВВСС), куда входили три компании, вложившие вместе 500 млн. евро: «ВТБ-Капитал», немецкая транспортная компания «Fraport AG» и греческая многопрофильная корпорация «Copelouzos». Несмотря на кризис, консорциум занял у международных банков еще 700 млн. евро кредитов на 10-15 лет. ВВСС стала проектной компанией, которой в рамках концессии на 30 лет было передано управление аэропортом. Доход, генерируемый Пулково, направляется на погашение кредитов.

Основным источником средств в период становления проектного финансирования в России были кредиты коммерческих банков. Крупные компании РФ могли воспользоваться инвестиционными кредитами, а средние и мелкие - финансировали проекты за счет собственных средств.

Из ста проектов отбирали для анализа 10%, лишь два из них получали финансирование [3].

Инвестиционный банковский кредит, как форма проектного финансирования, предполагает оценку рисков и их минимизацию, а также распределение между участниками сделки. [5, с.51]

С целью минимизации рисков банки вникают в детали финансируемого проекта:

- 1) анализируют финансовое состояние компании, фактические и прогнозные показатели ее деятельности (без учета проекта);
 - 2) осуществляют структурирование всего процесса финансирования (дополнительные участники сделки, дополнительное обеспечение финансирования, залоговые, документальное оформление сделки, различные операции лизинга и др.);
 - 3) применяют нестандартные подходы в финансировании проектов:
- использование более широкого круга источников финансирования проекта (кредиторы, партнеры по бизнесу, инвесторы, целевые государственные кредиты, спонсоры, оформление внешнеторгового контракта по поставке импортного оборудования с целью получения кредита от зарубежного банка или иных институтов, стимулирующих экспорт).

- в РФ наиболее распространенный способ - привлечение средств на условиях структурного финансирования (возврат кредита осуществляется за счет средств, генерируемых не только финансируемым проектом, а также самим бизнесом в целом).

4) распределение рисков между участниками финансирования сделки.

а) на начальной стадии реализации проекта риски делятся между его инициаторами (кредит выдается под поручительства, внешние залоги и т.д.). Далее обращается внимание на возможность снижения рисков у подрядчиков и поставщиков, и если в ходе реализации проекта возникают какие-либо отклонения, учитывается способность бенефициара увеличить свою долю в инвестировании проекта.

б) другие методы распределения рисков (с правом полного регресса; частичного регресса; без права регресса).

В первом случае банк осуществляет полную компенсацию всех обязательств заемщика, поставляющего свою продукцию на экспорт. Если проект не будет приносить доход или генерирует незначительный доход, например, в наукоемких отраслях, где риски особенно велики, то такой инвестиционный кредит будет считаться обеспеченным традиционным банковским кредитом и риски по нему несет учредитель проекта, заемщик.

В обрабатывающей промышленности наибольшее распространение получило финансирование проекта с правом частичного регресса на заемщика. У банка-кредитора ограничены возможности передачи риска на заемщика. Риски распределяются между участниками сделки с учетом их возможности оценить и застраховать риски. Например, учредитель проекта страхует свою ответственность погашать кредит в период строительства и ввода объекта. Ответственность банка - кредитора – распространяется на период, когда объект начинает действовать и приносить доходы.

Наиболее дорогостоящим является третий вид распределения рисков -финансирование проекта без права регресса на заемщика. Кредитор берет на себя ответственность за реализацию проекта. Специалисты считают, что такой проект должен базироваться на устоявшейся, отработанной технологии, а продукцию выпускать с ориентацией на емкий рынок. Возможны также инновационные имитации, способные вытеснить базовую модель. Благоприятный инвестиционный климат (политическая и экономическая стабильность), конкурентная борьба на рынке, а также уверенность кредитора в финансовой устойчивости инициатора проекта способствует расширению масштабов проектного финансирования без права регресса на заемщика.

Круг возможных участников проектного финансирования широк. В этой связи очень важна координация их работы, прозрачность информационных и денежных потоков. Возникает необходимость привлечения финансового советника, чтобы управлять рисками, минимизировать их.

В конечном счете, в проектном финансировании риски делят между собой инициаторы проекта, банк-кредитор и третья сторона (например, бенефициар, спонсор и др.). У банка на первом месте - стабильность. Маржа банка в любом случае закладывается в ставку процента по

кредиту. Бизнес – идея их особо не интересует. Показатели доходности проекта у банка – на втором месте.

Банки хорошо ориентируются в сложившейся ситуации и готовы кредитовать проекты тех отраслей, которые пользуются поддержкой государства. Например, в связи с санкциями – это импортозамещение, особенно в агропроме и поддержка экспорта отечественных компаний. Поскольку на строительство очень влияет кризис, то в этот период строительные, особенно инфраструктурные проекты не пользуются особым расположением кредитных организаций.

Например, портфель банка «Возрождение» включал инвестиционные кредиты различных отраслей, в том числе: 26% приходилось на обрабатывающую промышленность (металлургия, машиностроение, издательская, полиграфическая деятельность и др.); 8% - на сельское хозяйство; 16% - на строительство.

В «Райффайзенбанке» за счет инвестиционных кредитов формируется 40% всего корпоративного портфеля, в том числе: 48% - недвижимость; 5% - металлургия; 11% - нефтегазовая отрасль; 10,5% -торгово-производственная.

Более активно росли портфели инвестиционного кредитования в металлургии, энергетике и транспорте.

У «Промсвязьбанка» доля долгосрочных кредитов составляет около 20%, в том числе нефтедобыча и нефтепереработка, химическая промышленность, энергетический сектор, золотодобывающая промышленность. Специалисты называют следующие возможные направления расширения инвестиционного кредитования:

- 1) импортозамещение, в первую очередь, пищевая промышленность, птицеводство, сельскохозяйственная инфраструктура;
- 2) экспорт;
- 2) участие в программе рефинансирования инвесторов со стороны ЦБ РФ.

В соответствии с Постановлением Минэкономразвития банки предлагают конкретные проекты по определенным приоритетным отраслям, и те, что будут утверждены Межведомственной комиссией, получают государственную гарантию на 25% от суммы кредита, а в дальнейшем до 90% данного кредита можно будет рефинансировать в ЦБ по ставке 9%.

Литература

1. Кудряшова В.В. Модернизация экономики России: проблемы и перспективы.- М.: МГУП, 2010 г.
2. Кудряшова В.В. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски в издательско-полиграфической деятельности: учеб. пособие/ В.В. Кудряшова; Московский государственный университет печати – М.: МГУП, 2011
3. Редакционная статья //Секрет фирмы, 2004, № 13, с.64
4. Терешкина О.С. К вопросу о развитии инфраструктуры финансовых рынков – Известия МГТУ «МАМИ», 2014, №2(20), т. 5
5. Терешкина О.С., Кудряшова В.В. Инвестиционный рынок России: проблемы и перспективы // VI международная научно-практическая конференция «Отечественная наука в эпоху изменений: постулаты прошлого и теории нового времени» ч. I – Екатеринбург, НАУ, №1(6), 2015

6. Терешкина О.С., Кудряшова В.В. Оценка и прогнозирование макроэкономических показателей развития современного инвестиционного рынка. // Сб. научных трудов Всерос. Научно-практической кон-

ференции с международным участием «Стратегическое управление организациями в изменяющемся мире».- С-Петербург, Изд-во Политехнического университета, 2015

КОЛИЧЕСТВО ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ В ХОЛДИНГЕ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ

Титов Александр Борисович

ассистент кафедры экономики организации и ценообразования ФГБОУ ВПО "Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет"

THE NUMBER OF ECONOMIC RELATIONSHIP IN HOLDING AS A CONDITION OF INNOVATIVE ACTIVITY

Titov Alexander Borisovich, Assistant of the department of economics of enterprise and pricing of St. Petersburg State University of Trade and Economics, Saint Petersburg

АННОТАЦИЯ

Развитие диверсифицированных холдингов-конгломератов является одной из актуальных тенденций мировой экономики. Диверсифицированные холдинги обладают потенциалом для развития благоприятной инновационной среды в рамках своего внутреннего рынка. В связи с этим необходима разработка эффективных методик управления подобными структурами. Специфические методики управления могут быть разработаны на основе расчета показателей развитости внутреннего рынка холдинга как основы для построения инновационной инфраструктуры.

ABSTRACT

Developing of conglomerates is one of the current trends in global economy. Conglomerates have the potential for the favorable innovation environment's development. So it is important to create an effective management techniques for such structures. Specific management techniques can be constructed in case of developed domestic market of holding. The level of it's development is based on the calculation of specific indicators.

Ключевые слова: инновация; холдинг, диверсифицированный холдинг.

Keywords: innovation; holding; conglomerate.

Важным трендом в современной экономике является распространение диверсифицированных холдингов (конгломератов). Предприятия, входящие в такие холдинги (бизнес-единицы) не связаны прямой технологической цепочкой: каждое предприятие имеет свой собственный рынок, но в условиях множества отраслей и подотраслей, представленных в холдинге, потенциально может взаимодействовать, формируя устойчивые экономические связи на внутреннем рынке холдинга. Условием выживания крупного и среднего бизнеса в рыночной экономике является развитие инновационной среды на микроуровне [4,5,7]. Практически каждый, создаваемый в современном обществе продукт, является уникальным, а инициатива по его производству и продаже является проектом с заранее определенной целью [2]. В контексте этой гипотезы диверсифицированный холдинг можно представить, как портфель инновационных проектов, т.е. это означает, что каждая бизнес-единица, входящая в холдинг, реализует проект, задействовав при этом все другие бизнес-единицы. В силу временного характера любого бизнеса любую бизнес-единицу можно рассматривать как проект, т.к. она обладает всеми свойствами проекта: ограниченностью ресурсов, ограниченностью сроков существования и предметными (качественными) ограничениями. Совокупность бизнес-единиц, в свою очередь, можно рассматривать как портфель проектов. А экономические связи между бизнес-единицами (инновационными проектами) формируют внутренний рынок холдинга.

Целью статьи является формулировка критериев отбора диверсифицированных холдингов как субъектов рынка с потенциально высокой инновационной активностью. Далее под «холдингом» будем понимать диверсифицированный холдинг, а под «проектом» – инновационный проект.

Поскольку основой развития инновационной инфраструктуры диверсифицированного проектно-ориентированного холдинга является наличие внутреннего рынка, целесообразно в качестве критерия отнесения холдинга к диверсифицированным использовать показатели открытости холдинга как системы. Данные показатели призваны ограничить сферу применения перспективных методик управления в диверсифицированных холдингах.

Предлагаемые показатели позволяют оценить:

- количественную интегрированность проектов холдинга,
- качественную интегрированность проектов холдинга;
- значимость экономических связей между проектами холдинга.

Рассмотрим методику расчета каждого показателя.

Логичным будет утверждение о том, что в рыночной экономике не могут существовать абсолютно закрытые системы (холдинги, группы компаний) – все их проекты имеют доступ не только на внутренний рынок холдинга, но также и на внешний по отношению к холдингу рынок. Следовательно, весомая часть консолидирован-

ной прибыли холдинга формируется за счет инновационных проектов, реализуемых в интересах третьих лиц (внешних по отношению к холдингу). Равно как и потребность в продукции, работах и услугах, составляющих прямые и косвенные расходы инновационных проектов, не ограничивается лишь только предложением со стороны прочих инновационных проектов, реализуемых рассматриваемым холдингом [6].

Первым и основным показателем открытости холдинга как системы может служить коэффициент открытости по величине прибыли:

$$Ke_p = \frac{\Pi_{холд.}}{\sum_{i=1}^n \Pi_i}, \quad (1)$$

где

Ke_p - коэффициент открытости (от англ. external – «внешний») холдинга по показателю прибыли (от англ. profit – «прибыль»);

$\Pi_{холд.}$ - прибыль, остающаяся в распоряжении собственников холдинга после исключения внутренних оборотов, связанных с взаиморасчетами между проектами, реализуемыми холдингом и определением «чистого» финансового результата холдинга;

$\sum_{i=1}^n \Pi_i$ - арифметическая сумма прибылей всех проектов холдинга (от первого до i-го) до определения консолидированных результатов финансово-хозяйственной деятельности холдинга.

Коэффициент открытости холдинга по величине прибыли отражает инновационную активность в холдинге. Так, если $Ke_p = 1,0$, то связей между проектами нет вообще. Очевидно, что неравенство $Ke_p > 1,0$ не может быть выполнено. В противном случае это означало бы, что бизнес-структура холдинга имеет прибыль не только за счет деятельности входящих в нее бизнес-единиц. При этом его деятельность ограничена данной бизнес-структурой.

Значение коэффициента в интервале $0,0 < Ke_p < 1,0$ означает наличие экономических связей между проектами холдинга. То есть в этом случае часть суммарной прибыли проектов холдинга частично является обратной стороной суммарных затрат проектов холдинга. Проще говоря, проекты холдинга пользуются взаимными услугами, закупают друг у друга материалы, выполняют работы.

Причем, чем ближе значение коэффициента Ke_p к 0,0, тем больше суммарной прибыли является результатом взаимных договорных отношений, существующих между проектами холдинга. Значение $Ke_p = 0,0$ с экономической точки зрения означает точку безубыточности. Таким образом, коэффициент открытости холдинга по величине прибыли отражает границы экономической целесообразности его деятельности.

Очевидно, что наличие экономических связей между проектами определяет успешную реализацию

стратегии холдинга и на внешнем рынке по нескольким причинам:

- во-первых, в силу появления в условиях устойчивого внутреннего рынка холдинга гарантированных поставщиков товаров, работ, услуг;
- во-вторых, вследствие проявления эффекта масштаба за счет роста числа как проектов, так и экономических связей между ними, а значит и объемов реализации как на внешнем, так и на внутреннем рынках холдинга.

Аналогичным образом можно рассчитать коэффициент открытости холдинга по потребности в экономических ресурсах. Очевидно, что для получения суммарной прибыли портфелем проектов, превышающей прибыль, остающуюся в распоряжении собственников холдинга, необходимо обеспечение проектов экономическими ресурсами, часть из которых поступает с внешнего рынка, а другая часть является продуктом деятельности остальных проектов холдинга. Соответственно, чем выше взаимная потребность проектов холдинга в экономических ресурсах, тем больше активных экономических связей имеется между проектами.

Под экономическими ресурсами в данном случае мы подразумеваем необходимые для производства товаров, выполнения работ и оказания услуг данной бизнес-единицы, на базе которой реализуется инновационный проект, товары, работы и услуги, поставляемые прочими хозяйствующими субъектами и другими бизнес-единицами холдинга. Коэффициент открытости холдинга как системы по потребности в экономических ресурсах:

$$Ke_s = \frac{S_{холд.}}{\sum_{i=1}^n S_i}, \quad (2)$$

где

Ke_s - коэффициент открытости (от англ. external – «внешний») холдинга по потребности в экономических ресурсах (от англ. supply – «снабжение»).

$S_{холд.}$ - потребность холдинга во внешних экономических ресурсах;

$\sum_{i=1}^n S_i$ - арифметическая сумма спроса всех проектов холдинга (от первого до n-го).

Экономическая интерпретация показателя открытости холдинга по потребности в экономических ресурсах в целом схожа с экономической интерпретацией коэффициента открытости холдинга по величине прибыли, вследствие отражения им «зеркального» эффекта.

Показатель интегрированности проектов холдинга также позволяет количественно оценить степень связи между бизнес-единицами. Если экономические связи могут существовать у каждого проекта с каждой другим проектом холдинга и таких проектов «n», то максимальное число экономических связей определяется числом размещений из n по 2:

$$A_n^2 = \frac{n!}{(n-2)!}; \quad (3)$$

Если принять за m фактическое число экономических связей между проектами холдинга, то расчетную формулу коэффициента интегрированности проектов холдинга можно представить следующим образом:

$$K_i = \frac{m}{A_n^2}; \quad (4)$$

Чем ближе значение K_i к 1,0, тем больше возможных экономических внутрихолдинговых связей задействовано. Следует отметить, что наличие экономической связи между двумя проектами не имеет места при наличии лишь только договорных отношений или при необходимости проведения технических операций по транзиту денежных средств внутри холдинга. Наличие экономической связи должно подтверждаться долговременными договорными отношениями, связанными с поставкой товаров, работ или услуг, необходимых для выполнения того или иного инновационного проекта холдинга.

Поэтому необходимо ввести дополнительный показатель, который будет измерять степень значимости экономической связи попарно между проектами, реализуемыми холдингом - коэффициент значимости экономической связи (от англ. *significance* – «значимость») между проектами в холдинге рассчитывается, соответственно, для каждой пары инновационных проектов, взаимодействие между которыми изначально предполагается существенным. Причем для каждой пары проектов рассчитывается два коэффициента значимости экономической связи, т.к. необходимо учитывать не только факт наличия связи, но и ее направление. Так, если мы хотим оценить значимость экономической связи между проектами «i» и «j», необходимо найти численное значение следующих коэффициентов:

$$K_{S(i;j)} = \frac{B_{i(j)}}{B_i} \quad \text{и} \quad (5)$$

$$K_{S(j;i)} = \frac{B_{j(i)}}{B_j}, \quad (6)$$

где B_i и B_j - общая выручка проекта «i» и «j», соответственно;

$B_{i(j)}$ и $B_{j(i)}$ - выручка проектов «i» и «j», сформированная за счет поставки продуктов (работ, услуг) проектам «j» и «i», соответственно.

Таким образом, указанные коэффициенты, попарно рассчитанные для всех проектов холдинга, задают границы внутреннего рынка.

Для логического оформления критериев отнесения холдинга к диверсифицированному, проектно-ориентированному необходимо задать граничные значения коэффициентов. Очевидно, что чем сильнее экономические связи между проектами холдинга, тем больше этих связей, тем больше условий для развития благоприятной инновационной среды. Не вызывает сомнения также тот факт, что, к примеру, не может существовать в реальности

абсолютно замкнутой модели холдинга как системы ($Ke_p = Ke_s = 0$) в этом случае его деятельность можно было бы характеризовать только как безубыточную, что лишено

всякого смысла в долгосрочной перспективе в рыночной экономике. Также сложно себе представить наличие абсолютно всех возможных экономических связей между проектами холдинга: объективно невозможно утверждать об общей потребности в продукции одного проекта всех прочих проектов. Если бы это было возможно, соблю-

далось бы следующее условие: $K_i = 1$, что также может выступать лишь научной абстракцией, а не реальностью.

По нашему мнению, необходимо обосновать уровень приемлемой замкнутости холдинга как системы и достаточной интегрированности его проектов при значимых экономических связях между ними для того, чтобы говорить о существовании устойчивого внутреннего рынка холдинга как условия построения инновационной инфраструктуры. В основу рекомендованных значений коэффициентов заложена гипотеза о соблюдении принципа т.н. «золотой пропорции» Л. да Винчи [3]. Вкратце, этот принцип (соотношение 62% - 38%) является универсальной объективной закономерностью и может применяться в самых различных областях: от сугубо творческих до естественнонаучных и социально-экономических. Поскольку мы рассматриваем проект и холдинг с системной точки зрения, то предполагаем возможность применения данных пропорций и в случае обоснования критериев наличия внутреннего рынка холдинга. Так в качестве перечисленных критериев могут выступать следующие значения:

$Ke_p < 0,62$; $Ke_s < 0,62$ – фактические значения коэффициентов открытости холдинга как системы меньше 0,62 (62%) свидетельствуют о том, что, как минимум, 38% совокупной прибыли проектов холдинга обеспечено за счет удовлетворения потребностей этих же проектов.

$K_i > 0,62$ – фактическое значение коэффициента интегрированности проектов холдинга свидетельствуют о том, что, как минимум, 62% возможных экономических связей в холдинге задействовано в достаточной степени.

Внутренний рынок холдинга предлагается считать существующим, если среднее хронологическое за рассматриваемый период значение коэффициента значимости экономических связей в холдинге больше 0,38 ($K_{S(i;j)} > 0,38$).

Если при анализе с использованием перечисленных показателей установлено, что в холдинге достаточное количество значимых экономических связей, и холдинг при этом достаточно замкнут, то можно утверждать о наличии в нем благоприятной среды для развития инновационных процессов.

Развитие инновационной инфраструктуры на уровне диверсифицированного холдинга находится в зависимости от многовариантности связей между его бизнес-единицами, задействованными при реализации инновационных проектов. А разнообразие экономических связей в диверсифицированном холдинге определяется развитостью его внутреннего рынка. В диверсифицированном холдинге важно также обеспечить перекрестное «опыление» идеями, открытые коммуникации между всеми бизнес-единицами, так как любая инновация – это продукт комбинации факторов. В условиях развитого

внутреннего рынка холдинга возможно создание уникальной насыщенной среды, способствующей появлению новых идей, новых комбинаций [1]. Предложенные критерии отнесения холдингов к классу диверсифицированных могут помочь выявить тенденции к развитию потенциально привлекательной инновационной среды на микроуровне.

Список литературы

1. Каспин А. Е. Управление инновационной деятельностью в диверсифицированных холдингах. автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук специальность 08.00.05 <Экономика и управление народным хозяйством по отраслям и сферам деятельности> /Каспин Александр Ефимович; [Казан. гос. финансово-экон. ин-т]. - Казань, 2011. - 24 с.
2. Мага А.А. К вопросу об определении понятия инновационной экономики / А.А. Мага // Вестник-экономист (Электронный научный журнал). - 2012. - № 4.
3. Панкова Н.В. Анализ инновационных и рутинерских процессов в торговле с помощью пропорции Парето и золотой пропорции Леонардо Да Винчи //

Проблемы современной экономики, N 4 (48), 2013 [Электронный ресурс] URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4827> (дата обращения: 15.04.2015)

4. Псарева Н. Ю. Холдинговые отношения: теоретические и методические аспекты: монография. – Изд. 2-е / д-р экон. наук, проф. Н.Ю. Псарева. – М.: ИД «АТИСО», 2012. – 392 с.
5. Стратегическое управление инновационным развитием территорий /А.Г. Самарин, С.Б. Мельников, М.С. Мельников, Э.Л. Лыгденова; ООО "Китой". - Москва: МАКС Пресс, 2012. – 180 с.
6. Титов А.Б. Балансовые методы планирования как основа для построения системы мотивации в холдингах // Экономика и менеджмент систем управления. – 2014. – №4.2 (14). – С. 292-307.
7. Хомкин К. А. Инновационный проект. подготовка для инвестирования /К. А. Хомкин; Российская акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Российской Федерации. - Москва: Дело, 2012. – 117 с.

ДЕФИЦИТ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА

Трюшников Евгений Сергеевич,

Пехтерев Константин Евгеньевич

студенты Сибирского федерального университета, г. Красноярск

Зубова Ольга Николаевна

канд. экон. наук Сибирского федерального университета, г. Красноярск

THE STATE BUDGET DEFICIT

Tryushnikova Eugenia Sergeevna, Student of the Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Pekhterev Konstantin Evgen'evich, Student of the Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Zubova Olga Nikolaevna, Candidate of Economic Sciences, Siberian Federal University, Krasnoyarsk

АННОТАЦИЯ

В статье освещаются основные понятия дефицита бюджета, предлагаются варианты регулирования дефицитного бюджета, предоставлены статистические данные с 2008-2014 года федерального бюджета России, анализируется динамика расходов бюджета.

ANNOTATION

This article describes the basic concepts of budget deficit, and suggests options regulation deficit budget, provided the statistical data from the years 2008-2014 Federal budget of Russia the dynamics of spending budget.

Ключевые слова: дефицит, система, бюджет, развитие, экономика, регулирование, государство.

Key words: a deficit, a system, a budget, a development, an economy, a regulation, the state.

Определяющую роль в формировании и развитии экономики любого современного общества играет государственное регулирование, осуществляемое в рамках избранной властью экономической политики. Одним из наиболее важных механизмов, позволяющих государству осуществлять экономическое и социальное регулирование, является его финансовая система, главным звеном которой является государственный бюджет. Именно посредством финансовой системы государство образует централизованные и воздействует на формирование децентрализованных фондов денежных средств, обеспечи-

вая возможность выполнения возложенных на государственные органы функций. Однако данная система зачастую сталкивается с проблемами, выраженными в форме бюджетного дефицита или профицита [1, с.23].

На современном этапе развития экономики, как России, так и большинства европейских стран, отмечается дефицит бюджета. Дефицит до 3%-4% от ВВП считается допустимым и никаких особо негативных последствий для экономики не несет. Но в большинстве случаев дефицитный бюджет несет за собой ряд негативных последствий:

1. Повышение ставок налогов (как средство выплаты государственного внутреннего долга или его уменьшения) может подорвать действие экономических стимулов развития производства, снизить интерес к вложениям в новые рискованные программы и т. д., а также усилить социальную напряженность в обществе.
2. Существование внешнего долга предполагает передачу (при погашении этого долга) части созданного внутри страны продукта за рубеж.
3. Рост внешнего долга, безусловно, снижает международный авторитет страны. Страна в меньшей степени вызывает доверие со стороны других стран, зарубежных банковских систем. Кредитный рейтинг государства снижается со всеми вытекающими последствиями.

Рассмотрим динамику федерального и консолидированного бюджетов России в период с 2008 по 2014 года (таблица 1) [2].

Таблица 1

Параметры дефицита/профицита и сальдо государственного бюджета РФ за 2008-2014

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Доходы консолидированного бюджета							
млрд, руб,	13368	16003	13599	15715	20853	23088	24082,4
% к ВВП	40,2	38,8	35	33,9	37,5	37,4	36,1
Расходы консолидированного бюджета							
млрд, руб,	11378	13991	15847	17301	20004	22825	24931,1
% к ВВП	34,2	33,9	41,4	37,3	36	36,9	37,4
Дефицит(-)/профицит(+) консолидированного бюджета							
млрд, руб,	1989,7	2012,1	-2426	-1585	848,9	262,9	-848,7
% от ВВП	6	4,9	-6,3	-3,4	1,5	0,4	-1,3
Доходы федерального бюджета							
млрд, руб,	7781	9275,9	7337	8305,4	11367	12853	13019,9
% к ВВП	23,4	22,5	18,9	17,9	20,4	20,8	19,5
Расходы федерального бюджета							
млрд, руб,	5986	7570,9	9660	10117	10925	12890	13342,9
% к ВВП	18	18,3	24,9	21,8	19,6	20,9	20
Дефицит(-)/профицит(+) федерального бюджета							
млрд, руб,	1794	1705,1	-2322	-1812	442,1	-37	-389,6
% к ВВП	5,4	4,1	-6	-3,9	0,8	-0,1	-0,5

Консолидированный государственный бюджет в 2014 году оказался дефицитным в размере 848,7 млрд. руб. (что в процентном эквиваленте от ВВП составило 1,3%). Одной из причин можно отметить увеличение расходов, которые в 2014 году составляют 37,4% от ВВП, в то время как налоговые доходы государства - всего 17% от валового внутреннего продукта. Дефицит федерального бюджета 2014 года составил 389,6 миллиарда рублей (0,5% ВВП), в 2015 году прогнозируемое значение - 796,6 миллиарда рублей (1% ВВП), в 2016 году - 486,5 миллиарда рублей (0,6% ВВП). Отрицательная динамика состояния государственного бюджета символизирует о нерациональном использовании финансовых ресурсов государством. Для наполнения федерального бюджета правительство рассматривает вопрос о повышении налоговой

нагрузки на сырьевой сектор экономики, при стабильной процентной ставке налогов на прочие сектора экономики.

Рассмотрим основные статьи доходов и расходов России на 2015 год, а также на 2016 и 2017 года на проектной основе (таблица 2 и 3) [2].

В целом структура расходов федерального бюджета в 2015-2017 годах не претерпела существенных изменений. По-прежнему наибольший удельный вес в расходах федерального бюджета занимают статьи затрат на социальную сферу (35,2-33,7%), а также расходы на национальную оборону, национальную безопасность и правоохранительную деятельность (33,9-32,7%). Вместе с тем следует отметить постепенное снижение доли расходов федерального бюджета на поддержку национальной экономики с 15,9% в 2014 году до 12,1% в 2017 году.

Таблица 2

Структура и динамика расходов федерального бюджета по разделам классификации расходов, млрд. руб.

	2014 год		2015 год		2016 год		2017 год	
	Закон 201-ФЗ	% к объему	проект	% к объему	проект	% к объему	проект	% к объему
Всего Из них:	13960	100	15252,3	100,0	15975	100	16827	100
Общегосударственные вопросы	1013,9	7,3	1 105,5	7,2	1134,3	7,1	1250,5	7,4
Национальная оборона	2470,6	17,7	3 031,3	19,9	3339,8	20,9	3521,0	20,9
Национ. Безопасность.	2065,7	14,8	2 140,9	14,0	2122,4	13,3	1980,3	11,8

Национальная эконом.	2219,0	15,9	2 205,5	14,5	1996,9	12,5	2038,9	12,1
Жил-коммунальное хоз.	123,3	0,9	122,6	0,8	79,3	0,5	73,9	0,4
Охрана окружающей среды	54,5	0,4	49,0	0,3	51,6	0,3	48,6	0,3
Образование	640,2	4,6	610,5	4,0	623,1	3,9	652,0	3,9
Здравоохранение и спорт	480,8	3,4	391,0	2,6	396,5	2,5	386,3	2,3
Соц. политика	3506,4	25,1	4 168,3	27,3	4 344	27,2	4 456	26,5

Таблица 3

Структура и динамика доходов федерального бюджета по разделам классификации расходов, млрд. руб. [2].

Показатель	2013 год		2014 год		2015 год		2016 год		2017 год	
	отчет	%% ВВП	Закон 201-ФЗ	%% ВВП	Прогноз	%% ВВП	Прогноз	%% ВВП	Прогноз	% ВВП
Доходы, всего	13019	9,5	14238	9,9	14923	9,6	15493	8,8	16272	18,1
в том числе:										
Нефтегазовые доходы	6534,0	9,8	7480	10	7 520,6	9,9	7516,1	9,1	7 590,9	8,4

Повышение прогнозируемого поступления нефтегазовых доходов в процентах ВВП в 2015 - 2017 годах обусловлено увеличением экспортных цен на природный газ, добычу нефти, экспорта товаров, выработанных из нефти. Данная ситуация связана с нестабильностью на валютных рынках, поэтому Россия начинает активную деятельность, направленную на импортозамещение и обеспечение страны изнутри. Повышается доля экспорта товаров в новые страны, которые согласились взаимодействовать с Россией в период нестабильности экономики и геополитической напряженности.

Рассмотрев основные статьи доходов и расходов, можно сделать вывод, что в 2014 - 2017 годах прогнозируется снижение доходов федерального бюджета с 19,9% ВВП в 2014 году до 19,6% в 2015 году и до 18,1% ВВП к 2017 году, данная ситуация связана с непропорциональным ростом доходов и расходов страны. Расходы увеличиваются с большим темпом роста, нежели доходы, получаемые, как от налоговой нагрузки, так и от внешнеэкономической деятельности.

Сложившаяся ситуация, которая характеризуется дефицитностью, как федерального, так консолидированного бюджетов, диктует разработку мер по сокращению статей расходов и увеличению доходной части государственного бюджета страны. В качестве первого источника финансирования дефицита бюджета могут выступать повышенные налоговые доходы. К налоговым доходам федерального бюджета относятся: налог на прибыль организаций, налог на добавленную стоимость, акцизы, вывозные таможенные пошлины. Однако стоит понимать, что увеличение налоговой нагрузки по налогу на прибыль приведет к уклонению от уплаты налогов, снижению предпринимательской активности, и как следствие приведет к снижению налоговых поступлений в бюджет.

Для сокращения дефицита федерального бюджета целесообразно оптимизировать его расходы. В соответствии с Бюджетной стратегией на период до 2023 года основными возможными направлениями снижения расходов являются общегосударственные вопросы, национальная безопасность, правоохранительная деятельность и ЖКХ [3, с.6]. Также рекомендуется оптимизировать расходные статьи культуры и СМИ. Для оптимизации этой

статьи расходов необходимо точное законодательное определение того, что можно считать социально ориентированной продукцией (а такого определения пока нет).

Таким образом, можно выделить следующие источники финансирования дефицита бюджета:

1. Регулирование налоговых ставок (акцизы, НДС, земельный налог), но следует учитывать негативные стороны данного явления, которые могут привлечь к более серьезному спаду финансовой активности, а в последствие к увеличению самого дефицита.
2. Осуществление государственных внутренних заимствований, но в этом случае произойдет увеличение долговой нагрузки на бюджет, а также повышение расходов по обслуживанию долга.
3. Оптимизация бюджетных расходов. Этот метод является наилучшим, так как позволяет сократить нерациональные расходы, а также повысить эффективность существующих расходов.

Можно сделать вывод, что сокращение дефицита бюджета можно добиться путем разумного увеличения налогов, а также с помощью эффективного распределения финансовых средств по основным затратным статьям бюджета. России необходимо стремиться к такому положению, когда страна сможет минимизировать заемные средства, обеспечивая себя с помощью собственных средств.

Список литературы

1. Гарагозов, Д.И. Инструментарий в условиях бюджетного дефицита и профицита/ Д.И. Гарагозов// Автомобильные дороги.-2014.-№5.- 25-28с.
2. Бюджет РФ [Электронный ресурс]: электронная статистика.- Москва , 2009-2015.- Режим доступа: <http://referat-best.ru/articles/budget-rf-2008-2014-2014-2015-2016-2017.html> (Дата обращения 09.03.2015)
3. Медведев, Д.А. Заявления по важнейшим вопросам: о бюджетной политике/ Д. А. Медведев // Вопросы социального обеспечения. – 2013. – №11. – 3-4с.