



**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЗАОЧНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»**

Новосибирск, 2012 г.

УДК 33.07
ББК 65.050
Э 40

Рецензент Леонидова Галина Валентиновна — кандидат экономических наук, доцент, заведующий лабораторией исследований проблем трудового потенциала ФГБУН Института социально-экономического развития территорий РАН.

Э 40 «Экономика и менеджмент в современном мире»: материалы международной заочной научно-практической конференции. (19 июня 2012 г.) — Новосибирск: Изд. «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. — 158 с.

ISBN 978-5-4379-0106-9

Сборник трудов международной заочной научно-практической конференции «Экономика и менеджмент в современном мире» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной экономики и менеджмента.

Данное издание будет полезно аспирантам, студентам, исследователям в области практической экономики и менеджмента и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития данного направления науки.

ББК 65.050

ISBN 978-5-4379-0106-9

Оглавление

Секция 1. Банковское и страховое дело	7
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ Жданова Нина Викторовна Жильцова Екатерина Александровна	7
РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАЧЕСТВА БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ Мухаметзянова Елена Сергеевна	13
Секция 2. Бухгалтерский, управленческий учет и аудит	18
РАСХОДЫ НА ОСВОЕНИЕ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ: НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА Нурмахмадова Ирина Иннокентьевна	18
НОВОВВЕДЕНИЯ В ПОРЯДКЕ НАЧИСЛЕНИЙ СТРАХОВЫХ ВЗНОСОВ В 2012 ГОДУ Оганян Нонна Борисовна Егорова Людмила Геннадиевна	23
ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ОПЕРАЦИЙ С ЦЕННЫМИ БУМАГАМИ Соломаха Екатерина Петровна	31
Секция 3. Инновационные подходы в современном менеджменте	36
ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Амирова Елена Сергеевна Агалакова Анна Владимировна	36
СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА Зайцев Виталий Юрьевич Федчишин Юрий Иванович	41
К ВОПРОСУ УЧЕТА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ Назарова Любовь Александровна	45

ВЛИЯНИЕ ВНУТРЕННЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА СТРАТЕГИЮ ИХ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ Семейско Сергей Викторович	51
Секция 4. История экономических учений	56
ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ ИННОВАЦИЯ Михалёва Екатерина Павловна Сафаралиев Кямран Аликули оглы	56
Секция 5. Маркетинг	60
ИНФОРМИРОВАННОСТЬ ПАЦИЕНТА — ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СПРОСОМ НА МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ В КОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ Едемский Алексей Геннадьевич Филимоненко Ирина Владимировна	60
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЕМ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ГЕНЕТИЧЕСКИ МОДИФИЦИРОВАННЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ Сидоренко Дмитрий Викторович Шейна Марина Витальевна	66
Секция 6. Мировая экономика и международные экономические отношения	73
РОЛЬ РОССИИ НА МИРОВОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ, И В ЕВРОЗИЙСКОМ РЕГИОНЕ Вольвач Евгения Александровна	73
ВКЛЮЧЕНИЕ РОССИЙСКИХ ФАКТОРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ В МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ СВЯЗИ Кулашко Максим Геннадьевич	81
Секция 7. Операционный менеджмент	88
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПРОЦЕСС КАК СОВОКУПНОСТЬ ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ: ОБОРУДОВАНИЯ, ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РАБОТНИКА И ТЕХНОЛОГИИ Белякова Вера Анатольевна	88

Секция 8. Теория управления экономическими системами	91
ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: КРАТКИЙ ОБЗОР КЛАССИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ Климов Владимир Григорьевич	91
СТРУКТУРА ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ Смирнов Владимир Петрович	96
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ Хандакова Оюна Павловна	100
Секция 9. Управление изменениями	106
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЫНКА ИЗДЕЛИЯ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Мамедов Физули Азиз оглы Будагов Гусейн Таги оглы	106
Секция 10. Финансы и налоговая политика	111
К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ Васильева Нина Сергеевна	111
Секция 11. Экономика и управление качеством	116
РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ АУТСОРСЕРОВ в строительной организации Ушанова Наталья Анатольевна	116
Секция 12. Экономические аспекты регионального развития	122
РОЛЬ И РАЗВИТИЕ БИЗНЕС-СТРУКТУР В РЕСПУБЛИКЕ БУРЯТИЯ Апыева Эльвира Джылдызбековна	122
СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ЭЛИТНОГО СЕМЕНОВОДСТВА (НА МАТЕРИАЛАХ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ) Ивакина Инга Сергеевна	126

СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА Капица Галина Павловна	130
ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ Кияткина Екатерина Петровна Федорова Светлана Владимировна	134
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ НА СЕВЕРЕ РОССИИ Леонтьева Карина Николаевна	138
РАЗВИТИЕ РЫНКА СТРОИТЕЛЬСТВА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В ПЕРМСКОМ КРАЕ Шаклеина Светлана Александровна	146
Секция 13. Экономические проблемы народонаселения и демография	152
ДИНАМИКА ВОСПРОИЗВОДСТВА НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА Александрова Марина Александровна	152

СЕКЦИЯ 1.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Жданова Нина Викторовна

канд. экон. наук, доцент ЮУрГУ, г. Челябинск

E-mail: ninavik-691@mail.ru

Жильцова Екатерина Александровна

старший лаборант ЮУрГУ, г. Челябинск

E-mail: ekatal1895@mail.ru

Целью статьи является выявление основных тенденций на российском рынке потребительского кредитования.

Вначале следует определиться с понятием потребительского кредитования. Под потребительским кредитом понимается кредит, имеющий денежную форму, предоставляемый на цели совершения потребительских расходов [1, с 12]. То есть потребительским кредитом является ссуда, выдаваемая кредитором заемщику на некоммерческие нужды. Приведенное определение говорит о том, что потребительский кредит должен быть доступен категориям заемщиков, имеющим источник регулярных доходов не ниже определенного уровня. Уровень дохода определяется банком, исходя из направлений и целей кредитной политики. В связи с этим определением можно сделать вывод, что если заемщик получает ссуду на приобретение активов, которые будут использоваться в коммерческих целях, то данный кредит не может считаться потребительским, так как он несет в себе дополнительные риски, и не отвечает условиям потребительского кредитования.

Сущность потребительского кредитования проявляется и в той роли, которую он играет в функционировании рынка в целом. Причем, как у любого общественного явления, эта роль проявляется двояко.

Положительным является то, что потребительское кредитование играет важную роль в социально-экономической системе страны. Оно оказывает влияние на уровень жизни населения, стимулирует

экономическую активность потребителей, что в свою очередь способствует развитию производства, росту ВВП и ускорению темпов экономического роста.

К отрицательным моментам относятся: риски невозврата денежных средств, для банков, а также переплаты за товар, который приобретает заемщик.

Важным является то, в какой степени проявляются положительные и отрицательные черты потребительского кредитования на функционировании рынка.

На рынке потребительского кредитования сегодня работает около 700 российских коммерческих банков, 4000 ломбардов и 350 кредитных потребительских кооперативов граждан. Самыми активными операторами рынка кредитования являются банки.

В 2011 г. произошли изменения в составе игроков рынка потребительского кредитования: ряд зарубежных банков покинул рынок (HSBC, Barclays, Swedbank), произошел ряд слияний и поглощений (Росбанк и BSGV, Банк Москвы и ВТБ), Сбербанк и Cetelem объявили о партнерстве в экспресс-кредитовании покупки товаров длительного пользования. При этом лидерство по объемам потребительского кредитования в 2011 г. по-прежнему принадлежало Сбербанку. В 2011 году Сбербанк выдал потребительских кредитов без обеспечения на общую сумму в 825.4 млрд. руб., что на 350 миллиардов больше, чем 2010 г. Цифра весьма впечатляющая, если учесть, что сама сумма прироста (350 млрд. руб.) потребительских кредитов превышает объем выдачи любого российского банка. Например, тот же ВТБ 24, стабильно занимающий вторую строчку рейтинга, в 2011 году выдал кредитов в объеме чуть менее 200 млрд. руб. Замыкает тройку лидеров «ХКФ Банк» с показателем 137 млрд. руб. и ростом за год на 55,92%, или 49 млрд. руб. [4].

На сегодняшний день идет увеличение доли кредитования физических лиц в общей сумме предоставленных кредитов, если на 01.03.2010 г. она составляла 23,5% по данным ЦБ РФ (таблица 1), то на 01.03.2012 г. составляет 26%. В то же время доля потребительского кредитования в иностранной валюте уменьшается: на 01.03.2010 г. она составляла 6,6%, на 01.03.2012 г. уменьшилась до 4,9%.

Это говорит об укреплении национальной валюты и повышении доверия населения к российскому рублю.

Таблица 1.

**Данные об объемах кредитов, предоставленных
организациям, физическим лицам и кредитным организациям,
млн. руб. [2]**

Дата	Всего	Физическим Лицам	Организациям	Кредитным организациям
в рублях:				
01.03.2010 г.	13 339 188	3 135 596	9 339 949	863 637
01.03.2011 г.	16 010 606	3 773 209	11 072 073	1 155 323
01.03.2012 г.	20 812 440	5 416 655	5 416 655	1 438 188
в иностранной валюте:				
01.03.2010 г.	5 926 985	390 215	3 406 468	2 129 452
01.03.2011 г.	5 966 393	281 193	4 123 176	2 298 414
01.03.2012 г.	6 704 586	329 744	3 589 818	2 045 350

Прошедший 2011 г. стал очередным годом восстановления потерь после кризиса 2008 г. По оценке Banki.ru, объем розничного кредитования в России увеличился на 40 %. (Таблица 2).

Таблица 2.

**Розничное кредитование в России в 2006—2011 гг.
(млрд. руб.) [4]**

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ссудная задолженность	1930,5	2962,7	3999,3	3582,1	4064,0	5148,0
Объем выданных кредитов	2366,3	3358,8	4066,0	2613,6	3649,1	4530,5

Основными причинами роста потребительского кредитования было снижение процентных ставок, которые за три последних года достигли своего минимума, а также ослабление требований к заемщикам, возможность получения кредитов по более выгодным условиям и роста конкуренции банков, что в свою очередь заставляет частные банки активно бороться за свою позицию.

Приведенные в таблице 3 данные свидетельствуют о снижении процентных ставок по всем видам потребительских кредитов вне зависимости от срока погашения.

Таблица 3.

Средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным физическим лицам, в рублях [2]

По состоянию на:	Со сроком погашения:					
	до 30 дней	от 30 до 90 дней	от 91 до 180 дней	от 181 дня до 1 года	до 1 года	свыше 1 года
02.2010 г.	17,0	22,4	33,4	34,4	31,0	19,2
02.2011 г.	14,2	20,7	26,3	28,1	25,0	17,5
02.2012г.	13,9	16,9	28,3	26,3	24,3	17,8

Развитие потребительского кредитования тесно связано с ростом реальных доходов населения. Так денежные доходы (в среднем на душу населения) в апреле 2012 г. по сравнению с апрелем 2011 г. выросли на 6%.

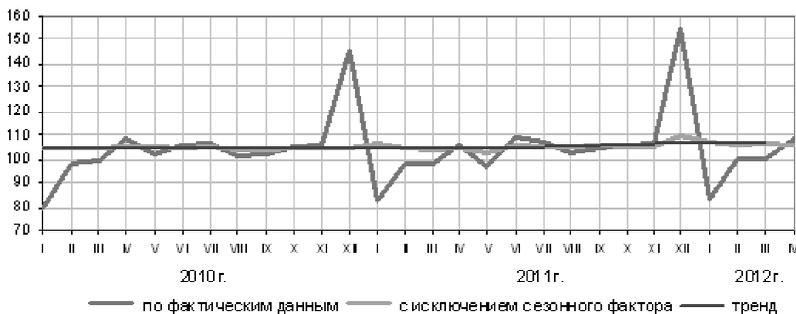


Рисунок 1. Реальные располагаемые денежные доходы населения в процентах к среднемесячному значению 2009 г. [5]

Другим стимулирующим фактором развития потребительского кредита является развитие розничной торговли непродовольственными товарами. Консолидация розничной торговли, создание крупных общедофедеральных торговых сетей способствует широкому распространению банковских услуг.

Оборот розничной торговли в апреле 2012 г. составил 1639,7 млрд. рублей, что в товарной массе составляет 106,4 % к соответствующему периоду предыдущего года, в январе-апреле 2012 г. — 6305,8 млрд. рублей и 107,2 %. Опережающими темпами развивается сетевая торговля и современные форматы торговли. Так, в 2010 г. по сравнению с 2009 г. оборот розничной торговли торговых сетей составил 111,3 % против 106,3 % по общему объему оборота

розничной торговли (в II полугодии 2011 г. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — 110,6 % и 105,4 % соответственно). Доля продажи через сетевые форматы торговли в общем обороте розничной торговли в 2010 г. составила 15,8 % против 14,6 % в 2009 г. (во II полугодии 2011 г. — 18,7%) [5].

Соотношение объемов продажи пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, и непродовольственных товаров показывает динамику увеличения доли последних. Более высокая инфляция в продовольственном секторе потребительского рынка способствовали тому, что в течение всего исследуемого периода объемы продажи пищевых продуктов (в сопоставимых ценах) отставали от объемов продажи непродовольственных товаров. Оборот розничной торговли непродовольственными товарами в 2010 г. увеличился по сравнению с 2009 г. на 7,6 % в сопоставимых ценах, в то время как оборот розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями — на 5,1 %. Во II полугодии 2011 г. прирост оборота розничной торговли непродовольственными товарами составил 9,7 %, прирост оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями — 1,2 % [5].

Традиционно потребительский кредит относят к наиболее рисковому банковским продуктам, однако статистика свидетельствует об обратном.

По данным Банка России по состоянию на 01.03.2011 г. размер просроченной задолженности по кредитам, выданным физическим лицам в иностранной валюте, составил 15 % от общей суммы потребительских кредитов, на 01.03.2012 г. — 12 %. Динамика просроченной задолженности по рублевым кредитам так же является отрицательной. Если на 01.03.2011 г. сумма просроченных платежей составляла 6,5 %, то на 01.03.2012 г. она составила 4,7 % [2].

Заемщики стали более внимательно подходить к вопросу получения кредитов в банках. С другой стороны, высокая конкуренция на рынке вынуждает банки искать все новые способы привлечения клиентов и новые сервисы. Так, по результатам исследования Banki.ru [3], суммарная популярность банковских ресурсов (официальных страничек в соцсетях, представительств и т. д.) выросла с прошлого года более чем в 50 раз. Каждый третий из топ-100 крупнейших банков России сегодня обладает официальными ресурсами в социальных сетях или использует новые каналы коммуникации типа ICQ или Skype.

Все это свидетельствует об оживлении кредитного рынка, что стало следствием улучшения экономической ситуации в стране и мире.

Таким образом, к настоящему времени в экономике РФ сложилась ситуация, располагающая к росту потребительского кредитования. Для этого налицо три важных фактора: рост доходов населения, бурное развитие розничной торговли, снижение стоимости кредита, что в целом является следствием макроэкономической стабилизации.

Список литературы:

1. Бадалов Л.А. Становление рынка потребительского кредитования в России и его современное состояние // Банковские услуги, 2010, № 2. С. 12—14
2. Информационные издания ЦБ РФ: Бюллетень банковской статистики // www.cbr.ru официальный сайт: Центрального банка РФ URL: <http://www.cbr.ru/publ/main.asp?Prtid=BBS> (дата обращения 01.06.2012 г.)
3. Обзор представленности банков в социальных сетях (июнь-2012) // Banki.ru: информационный портал [электронный ресурс] — режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=3881884> (дата обращения 02.06.2012 г.)
4. Павлова И.В., Анализ тенденций рынка розничного кредитования // Банковский ритейл, 2012. № 1 [электронный ресурс] — режим доступа — URL: http://www.reglament.net/bank/retail/2012_1/get_article.htm?id=1728 (дата обращения 02.06.2012 г.)
5. Розничная торговля: статистические данные// www.gks.ru: официальный сайт федеральной службы государственной статистики РФ URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_01/IssWWW.exe/Stg/d04/2-2-1.htm (дата обращения 01.06.2012 г.)

РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАЧЕСТВА БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Мухаметзянова Елена Сергеевна

аспирант кафедры «Управление банковской деятельностью»

Государственный Университет Управления, г. Москва

Руководитель группы отдела по улучшению качества банковского обслуживания ЗАО КБ «Ситибанк», г. Москва

E-mail: muh_elena@mail.ru

Ожидания потребителя непрерывно растут. Выбор банка по бренду уходит в прошлое, а разнообразием продуктов и банковскими операциями становится все сложнее удивить. Клиенты ищут обслуживание, способное максимально удовлетворить их потребности.

Большинство зарубежных специалистов рассматривают «качество обслуживания» с точки зрения «качества процесса» и «качества продукции». Так зарубежный специалист Jarmo Lehtinen в работе «Качество обслуживания: Изучение измерения качества» отметил: «Качество процесса оценивается клиентом во время обслуживания. Качество продукции оценивается клиентом после того, как обслуживание выполнено» [8, с. 31].

Grönroos в работе «Управление обслуживанием и маркетинг» выделяет два параметра качества обслуживания: «технические параметры результата (качества выхода)» и «функциональные аспекты качества обслуживания банковских продуктов и услуг (качества процесса взаимодействия), основанные на процессах» [7, с. 38]. Позже, к данной точке зрения присоединился Новаторов Э.В. в разработке методики оценки качества банковских услуг [3, с. 7—12] и методики измерения качества услуги SERVQUAL, 2010 [4, с. 37—39].

Техническое качество результата — то, с чем оставляют клиента, когда производственный процесс или взаимодействие покупателя-продавца закончены.

Функциональное качество процесса — то, как клиент получает обслуживание и каков его опыт, оценка, складывающаяся в процессе производства и потребления.

Другими словами, восприятие качества банковской услуги потребителем в момент ее потребления происходит по двум главным аспектам:

1. что потребитель получает от банковской услуги (технический аспект качества);

2. как потребитель получает банковскую услугу (функциональный аспект качества).

Например, банк может обслужить клиента на оценку «хорошо» в техническом смысле, но клиент не удовлетворён работой менеджера или кассира. Если он не соглашается с идеей обслуживаться посредством банковского автомата (различные функции, которые он может выполнить через банкоматы автоматически без вовлечения сотрудника банка), который был предложен ему в качестве использования, как предполагается, он будет недоволен обслуживанием банка в целом [5, с. 36—45].

Поэтому, клиент не только интересуется тем, что он получает в результате производственного процесса, но и в процессе непосредственно. Это подчеркивает важность функционального параметра качества.

В последнее время зарубежные и российские специалисты добавляют еще такое понятие, как социальное качество, которое отражает качество культуры обслуживания. Социальное качество — это качество культуры, которое формируется поведением и позицией сотрудников по отношению к гостям. Важнейшими критериями социального качества являются дружелюбие, отзывчивость и любезность персонала. Так, например, во многих зарубежных банках, уделяющих большое внимание вопросам качественного обслуживания, за критерий качества принимают предъявленные жалобы. Если персонал не обладает достаточной компетенцией, не обучен, не натренирован в общении, обслуживании, не информирован о продуктах, которые продают, все это говорит о неэффективной работе сервиса. Так называемый «человеческий фактор» в обслуживании клиентов играет большое значение.

Поскольку управление качеством банковского обслуживания затрагивает все банковские процессы, важным ее элементом является управление персоналом. Неотделимость обслуживания от квалификации людей означает, что сотрудники должны знать не только технологию предоставления услуги, но и правила поведения и общения с клиентами. Система обеспечения качества обслуживания в области управления персоналом включает в себя стандарты качества (установленные и принятые в качестве типовых взаимосвязанные качественные характеристики кредитной организации, требования к организации процессов, производства банковских продуктов, отраженные в документе и предназначенные для добровольного и регулярного использования кредитными организациями) [1, с. 24],

отбор и обучение персонала, мотивация, оценка персонала и контроль выполнения стандартов обслуживания.

Важно не только правильно поставить задачи, но и донести ее до сотрудников. «Написание инструкции, как многие считают, делается для кого-то, а не для конкретного работника. Поэтому общепринятой ситуацией является: если инструкцию полезно нарушить, ее можно нарушить. Это принципиально недопустимо в организациях, использующих систему управления качеством. Точность и последовательность соблюдения инструкций является важнейшей гарантией поддержания должного уровня качества...» [2, с. 123].

Поскольку важным составляющим в управлении персоналом являются критерии оценки персонала, остановимся на них подробнее. Критерии качества — это один из важных составляющих системы управления качеством, которые время от времени должны корректироваться. Рассмотрим основные с точки зрения клиентов критерии качества работы персонала или в соответствии с терминологией международных стандартов ISO серии 9000 — требования, которые подлежат дальнейшей оценке:

1. Коммуникация с сотрудниками

1.1. Профессиональные качества, в том числе качество консультирования

1.1.1. Достоверность и полнота информации

1.1.2. Умение доступно донести информацию до клиента

1.1.3. Умение заинтересовать

Низкое качество консультирования, не способность сотрудников заинтересовать клиента создает впечатление не квалифицированности сотрудников.

1.2. Личные качества

1.2.1. Вежливость персонала

1.2.2. Доброжелательность, улыбка

1.2.3. Внимательность

1.2.4. Терпеливость

1.2.5. Манеры

80 процентов успеха бизнес-организации зависит от того, насколько хорошо его персонал обучен взаимодействовать с клиентом. Именно личные качества отличают любителей от профессионалов в бизнесе. Хамство, дерзость, не терпеливость, отсутствие манер и др. — страшнее, чем любой конкурент.

1.3. Правила поведения персонала с клиентами

1.3.1. Приветствие, прощание, мгновенное реагирование при появлении на просьбы, информирование о времени ожидания

1.3.2. Желание персонала помочь клиенту, понять его специфические потребности

Народная мудрость утверждает: «У кого нет культуры, у того и достоинства вполтину». Культура общения сотрудников офисов проявляется в умении применять правила поведения и выслушивать клиентов, в отзывчивости, сопереживании и желании помочь.

1.4. Способность выполнять обещания и решать вопросы, проблемы при первом обращении

От 54 до 70 процентов жалующихся клиентов продолжают сотрудничать с банком, если жалоба разрешена. Показатель вырастает до 95 процентов, если клиенты чувствуют, что их жалобы разрешаются быстро. Клиенты, чьи жалобы были удовлетворительно разрешены, рассказывают в среднем пяти человекам о хорошем обслуживании [6, с. 21].

Так, управляя качеством банковского обслуживания при наличии в банке стратегии управления качеством обслуживания необходимо производить оценку выполнения персоналом всех требований. В случае, если требования выполняются не соответствующим образом, необходимо разрабатывать и реализовывать перечень задач, который приведет работу персонала в соответствие с требованиями к качеству обслуживания. Одной из проблем в области управления качеством банковского обслуживания является отсутствие данного корректирующего процесса. Реализация поставленных задач позволит не только предотвратить проблемы неверного толкования стандартов качества, изменить «не работающие» стандарты, но и улучшить качество банковского обслуживания в целом.

Таким образом, можно сделать вывод, что роль управления персоналом в управлении качеством банковского обслуживания велика. Стратегия управления качеством банковского обслуживания только в совокупности со стратегией управления персоналом позволит повысить лояльность клиентов и максимально удовлетворять их потребности, с тем, чтобы минимизировать или исключить вероятность их перехода к конкурентам и, напротив, привлечь «чужих» клиентов.

Список литературы:

1. Милуков А.И. Стандарты качества банковской деятельности // Деньги и кредит. Ноябрь 2007.-24 с.
2. Мишин В.М. Управление качеством: учеб. пособие — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.-123 с.

3. Новаторов Э.В. Методика оценки качества банковских услуг // Практический маркетинг. 2001. № 56(10).-7-12 с.
4. Новаторов Э.В. Реши маркетинговый кейс: методика измерения качества услуги SERVQUAL // Маркетинг Про. № 5(6). 2010.-37-39 с.
5. Grönroos С.А Модель Качества Обслуживания и ее Маркетинговая Составляющая // European Journal of Marketing. 1984. № 18.-36-45 p.
6. Horowitz В. Что случилось с обслуживанием клиентов? Автоматический ответ. Долгое ожидание его клиентов // USA Today. Сентябрь 2003. № 26. — 21 с.
7. Grönroos С. Управление обслуживанием и маркетинг: управление моментом правды на соревновании в области сервиса // Service management and marketing. 1990.-38 p.
8. Lehtinen U., Lehtinen J. Качество обслуживания: Изучение измерения качества // Unpublished working paper. Service Managment Institute. Helsinki. Finland. 1982.-31 p.

СЕКЦИЯ 2.

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

РАСХОДЫ НА ОСВОЕНИЕ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ: НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА

Нурмахмадова Ирина Иннокентьевна

канд. экон. наук, доцент ТывГУ, г. Кызыл

E-mail: niin@mail.ru

Геологоразведочные работы, осуществляемые в России, направлены на восполнение запасов полезного ископаемого с целью обеспечения бесперебойной работы золотодобывающих предприятий. К сожалению, до настоящего времени идет «проедание» запасов, разведанных еще в советское время. Катастрофическое сокращение государственного финансирования привело к резкому уменьшению поиска и разведки новых месторождений. Доля работ, выполняемых за счет средств федерального, регионального бюджетов, в общем объеме геолого-разведочных работ за последние годы составляет немногим больше 20 %. Около 80% средств вносят недропользователи, то есть частные инвесторы, большинство из которых являются иностранными компаниями и учет в которых ведется в соответствии с международными стандартами учета и финансовой отчетности (МСУ и ФО).

Так в Республике Тыва геолого-разведочными работами активно занимаются крупнейшие иностранные компании: шведская Central ASIA Gold на рудном месторождении Тардан и канадская Centerra на Кара-Бельдирском золоторудном участке.

Известно, что в недропользовании 70% от общего объема геолого-разведочных работ занимают работы по изучению недр: от региональных исследований до поисково-оценочных работ. От начала геологоразведочных работ до добычи золота проходит от нескольких месяцев до нескольких лет. Не всегда разведочные работы признаются экономически целесообразными. При этом затраты на их проведение всегда существенны.

До 2012 года в отечественном учете не все затраты на геологоразведку капитализировались в отличие от требований МСУ и ФО, что затрудняло взаимодействие финансовых структур головных

компаний (за границей) и филиалов (в России) из-за различных методологических подходов в учете расходов на освоение природных ресурсов. Так в России, возможность признания понесенных затрат на этапе исследования недр в качестве активов была ограничена критериями признания основных средств, материально-производственных запасов, нематериальных активов в соответствии с отечественными стандартами для данных видов активов.

Все остальные расходы, производимые на этапе изучения недр, учитывали на основании ПБУ 10/99 «Расходы организации». Это, например, относится:

- к расходам по оплате труда работников, занятых поиском и оценкой полезных ископаемых;
- амортизации основных средств и нематериальных активов;
- расходам по договорам подряда на бурение, лабораторные работы, работы по обустройству буровых площадок;
- прочее.

Такие текущие расходы признавали в бухгалтерском учете независимо от намерения получить доход в будущем (п. 17 ПБУ 10/99). Исходя из изложенного, учет расходов по оплате труда, амортизации и других, не относящихся к приобретению активов, осуществляемых на этапе поиска и оценки полезных ископаемых, как правило, состоял в использовании счета 97 «Расходы будущих периодов», что подтверждено требованиями Инструкции по применению Плана счетов, позволяющей использовать данный счет для учета затрат, связанных с горно-подготовительными работами, освоением новых производств.

С 2012 года с введением отечественного стандарта ПБУ 24/2011 «Учет затрат на освоение природных ресурсов», в бухгалтерском учете геологоразведочных и добывающих компаний не используется счет 97 «Расходы будущих периодов». Затраты, понесенные на этапе поиска, оценки, разведки полезных ископаемых учитываются на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы» субсчета 11,12: 08.11 «Нематериальные поисковые активы» и 08.12 «Материальные поисковые активы» и капитализируются в виде отдельных активов либо признаются текущими затратами отчетного периода. Данная методология соответствует МСФО, которые не предусматривают в бухгалтерской отчетности позиции для расходов будущих периодов. Нематериальные и материальные поисковые активы капитализируются на балансе в условиях неопределенности относительно возможности получения в будущем экономических выгод. Для поисковых активов характерно также и то, что они не амортизируются до момента

завершения капитализации расходов и подтверждения коммерческой целесообразности добычи.

В соответствии с нормативными документами, геологоразведочные работы на рудное золото в зависимости от стоящих перед ними задач, состояния изученности недр подразделяются на этапы:

- **поисковый**
- **оценочный**
- **разведочный**

Поисковые работы

Целью **поисковых работ** является геологическое изучение территории поиска, обнаружение новых месторождений рудного золота. Комплекс поисковых работ включает в себя: отбор проб почв, геологические маршруты, бурение скважин, анализы проб почв.

Конечный результат **поискового этапа** является комплексная оценка геологического строения и перспектив исследования площадей, оценка прогнозных ресурсов месторождения по категориям P1, P2, обоснование целесообразности постановки дальнейших работ.

Оценочные работы

Цель **оценочных работ** — геологическое изучение и геолого-экономическая оценка проявлений и месторождений

Комплекс оценочных работ включает: бурение скважин, проходку горных выработок, опробование, аналитические работы.

Конечный результат **оценочных работ** — технико-экономическое обоснование промышленной ценности месторождения, оценка запасов месторождений полезных ископаемых по категориям C2и C1.

Разведочные работы

Целью **разведочного этапа** является всесторонняя подготовка месторождения к промышленной эксплуатации.

Типовой комплекс разведочных работ включает:

- бурение разведочных скважин;
- переинтерпретацию геолого-геофизических материалов с учетом данных по пробуренным скважинам;
- проведение детализационных геолого-геофизических работ на площади и в скважинах;
- проведение пробной эксплуатации.

Рациональная степень разведанности, необходимый объем работ и методы исследования определяются проектом разведки, составляемым и утверждаемым в установленном порядке.

По результатам разведочных работ с учетом данных пробной эксплуатации проводится:

- уточнение геологических и извлекаемых запасов золота, а также сопутствующих компонентов разведанных и выявленных залежей (продуктивных горизонтов) месторождений по категориям А, В, С1и С2.

Этап разведки месторождения (залежи) завершается получением информации, достаточной для составления технологической схемы разработки (проекта промышленной эксплуатации) месторождения (залежи) золота.

По результатам работ на этапе разведки составляются:

- **отчет с подсчетом запасов рудного золота,**
- **техничко-экономическое обоснование постоянных кондиций на руды месторождения.**

Таким образом, по нашему мнению, в том случае, если в лицензии на разведку и добычу золота четко разграничены этапы геологоразведки, организация бухгалтерского учета на предприятии, должна вестись в рамках каждого этапа, обозначенного в лицензии. В этом случае можно будет сформировать расходы в рамках каждого этапа, а также определить совокупный результат геологоразведки в общем по золоторудному участку. Аналитический учет по этапам: поисковый, оценочный, разведочный целесообразно развернуть по видам: материальные, нематериальные. А в разрезе видов по наименованиям расходов, поименованным в стандарте «Учет расходов на освоение природных ресурсов». Например:

К материальным поисковым активам относятся:

- сооружения (система трубопроводов и т. д.);
- оборудование (специализированные буровые установки, насосные агрегаты, резервуары и т. д.);
- транспортные средства.

К нематериальным поисковым активам относятся:

- право на выполнение работ по поиску, оценке месторождений полезных ископаемых и (или) разведке полезных ископаемых, подтвержденное наличием соответствующей лицензии;
- информация, полученная в результате топографических, геологических и геофизических исследований;
- результаты разведочного бурения;
- результаты отбора образцов;
- иная геологическая информация о недрах;
- оценка коммерческой целесообразности добычи.

В случае если в лицензии не выделены стадии оценки и поисков, по нашему мнению, в учете также нецелесообразно выделять расходы по этим стадиям. Или, если поиски и оценка осуществляются в рамках

этапа разведочных работ, то в учете следует организовать учет именно в рамках разведочных работ.

Следует отметить, что при формировании бухгалтерской отчетности (при существенности сумм) стоимость поисковых активов в бухгалтерском балансе необходимо отражать обособленно. Также подлежат обособленному представлению в отчете о прибылях и убытках существенные статьи доходов и расходов, относящихся к выполнению работ по поиску, оценке и разведке полезных ископаемых.

Как уже отмечалось, капитализация поисковых активов завершается, когда подтверждается документально экономическая целесообразность разработки участка недр или когда признана бесперспективность добычи полезных ископаемых.

После процедуры обесценения поисковые активы подлежат переводу в обычные внеоборотные активы, которые будут в дальнейшем использоваться в основной деятельности организации и учитываться на счетах учета внеоборотных активов.

Список литературы:

1. Беспалов М.А. — Комментарий к приказу Минфина России от 06.10.2011 N 125н «Об утверждении ПБУ 24/2011 "Учет затрат на освоение природных ресурсов» // «Налоговый вестник: комментарии к нормативным документам для бухгалтеров»— 2012. — N 3.
2. О недрах: Закон Российской Федерации от 21.02.1992 N 2395-1.
3. О порядке введения в действие Положения о порядке лицензирования пользования недрами: Постановление Верховного Совета Российской Федерации от 15.07.1992 N 3314-1.
4. Об утверждении временных положения и классификаций: Приказ Министерства природных ресурсов Российской Федерации от 07.02.2001 N 126.
5. Приказ Минфина РФ от 6 октября 2011 г. N 125н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет затрат на освоение природных ресурсов" (ПБУ 24/2011)»
6. Приказ Минфина РФ от 30 марта 2001 г. N 26н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств" ПБУ 6/01» (с изменениями и дополнениями)
7. Томило Н.Н. — Применение ПБУ 24/2011 Учет затрат на освоение природных ресурсов // «БУХ.1С». — 2012. — N 3.

НОВОВВЕДЕНИЯ В ПОРЯДКЕ НАЧИСЛЕНИЙ СТРАХОВЫХ ВЗНОСОВ В 2012 ГОДУ

Оганян Нонна Борисовна

*студент 3 курса, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита
ОГУ, г. Оренбург
E-mail: nona-bua@yandex.ru*

Егорова Людмила Геннадиевна

*старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и
аудита ОГУ, г. Оренбург*

Политика в области оплаты труда является составной частью управления предприятием, и от нее в значительной мере зависит эффективность его работы, так как заработная плата является одним из важнейших стимулов в рациональном использовании рабочей силы.

Каждое предприятие свою политику в области оплаты труда должно строить с учетом финансового состояния (исходя из результатов хозяйственной деятельности), уровня безработицы в регионе, государственного регулирования, положений коллективного договора и уровня заработной платы, выплачиваемых конкурентами.

Оплата труда в рыночных условиях является важным условием обмена между работником и предприятием. Работник, представляя свой труд, вправе ожидать от предприятия:

1. обеспечения себя средствами жизни и поддержания работоспособности;
2. справедливой оплаты труда.

Аналитики утверждают, что именно 2012 год станет переломным для рынка труда. Связано это с тем, что запросы кандидатов на вакантные должности изменяются, да и действующие сотрудники станут искать лучшие условия труда. Новый вид кризиса — кадровый кризис подстерегает тех, кто не найдет подходов к нарастающей проблеме мотивирующей заработной платы. Рынок не позволяет терять время: грамотные предприятия, не дожидаясь кризиса, начали искать подходы к уравниванию финансовых возможностей предприятия и запросов персонала.

Расчет заработной платы на предприятии является одним из самых трудоемких, объемных и значимых участков работы. В стандартных условиях на расчётчике лежит ответственность за сохранение «политического» равновесия внутри компании. Любая ошибка при расчете заработной платы, непреднамеренное разглашение

конфиденциальной информации об условиях оплаты того или иного сотрудника или же, наоборот, отсутствие понятной и прозрачной схемы распределения премий за результаты труда могут вылиться в малоприятные для фирмы последствия.

В связи с этим, необходимо соблюдать действующее законодательство о труде, правильность начисления страховых взносов, документальное оформление и отражение в учёте всех видов расчётов между предприятием и его работником.

Всё вышеперечисленное определяет актуальность выбранной темы «Нововведения в порядке начислений страховых взносов в 2012 г.».

Расчет страховых взносов с ФОТ, а также расчет зарплаты в 2012 году должны отражать вступившие в силу с начала текущего года изменения в порядке исчисления страховых взносов.

Внесены поправки сразу в несколько законов, регламентирующих начисление и уплату страховых платежей во внебюджетные фонды. Новшества утверждены Федеральным законом от 03.12.11 № 379-ФЗ (вступил в силу 1 января 2012 года).

Тарифы страховых взносов на 2012 и 2013 годы

Комментируемый закон изменил тарифы страховых взносов на 2012 и 2013 годы. Для плательщиков, не относящихся к льготным категориям, предусмотрено три важных нововведения:

Первое новшество — это обязанность платить взносы в ПФР с суммы, превышающей предельную величину базы (в 2012 году эта величина составит 512 000 руб.). Раньше такие суммы не облагались никакими взносами, теперь с них придется делать перечисления в Пенсионный фонд по ставке 10 процентов;

Второе новшество — снижение тарифа по пенсионным взносам с суммы, не превышающей предельную величину базы. Раньше ставка равнялась 26 процентов, теперь составляет 22 процента;

Третье новшество — отмена платежей в территориальные фонды обязательного медицинского образования. Прежде, «медицинские» взносы делились на платежи в ТФОМС (по ставке 2 %) и в ФФОМС (по ставке 3,1 %). С января 2012 года все перечисления в полном объеме нужно делать в Федеральный фонд ОМС, ставка будет равна 5,1 процента (см. табл. 1) [2].

Таблица 1.

**Тарифы страховых взносов в 2012-2013 году для
плательщиков, не относящихся к льготной категории**

Облагаемая база	Тариф			
	ПФР	ФСС	ФФОМС	Итого
Не превышает предельную величину	22 %	2,9 %	5,1 %	30 %
Превышает предельную величину	10 %	0 %	0 %	10 %

Новое распределение пенсионных взносов

Начиная с 2012 года, тарифы взносов в ПФР будут состоять из двух частей: солидарной и индивидуальной.

Солидарная часть тарифа предназначена для выплат, не связанных с накопительной частью пенсий. К таким выплатам относится фиксированный базовый размер трудовых пенсий, выплаты на погребение пенсионеров, не подлежащих обязательному социальному страхованию и проч.

Индивидуальная часть тарифа предназначена для формирования средств застрахованного лица, которые учитываются на его личном счете. Исходя из этих средств, определяется величина расчетного пенсионного капитала, а также размер накопительной части пенсии.

В ближайшие два года плательщики, не относящиеся к льготным категориям, будут распределять пенсионные взносы так, как показано в таблице 2 [2].

Таблица 2.

**Тарифы пенсионных взносов в 2012-2013 году для
плательщиков, не относящихся к льготной категории**

Облагаемая база	Тариф	На финансирование страховой части пенсии		На финансирование накопительной части пенсии
		Для лиц 1966 года рождения и старше	Для лиц 1967 года рождения и моложе	Для лиц 1967 года рождения и моложе
Не превышает предельную величину	22 %	22 % (6 % солидарная часть и 16 % индивидуальная часть)	16 % (6 % солидарная часть и 10 % индивидуальная часть)	6 % (полностью индивидуальная часть)
Превышает предельную величину	10 %	10 % (полностью солидарная часть)	10 % (полностью солидарная часть)	0 %

Взносы за единственного учредителя

Благодаря комментируемому закону, появилась ясность относительно страховых взносов с заработной платы директора, который является единственным учредителем компании.

Ранее существовало два диаметрально противоположных подхода по вопросу заключения трудового договора с директором - единственным учредителем.

Согласно первому, единственный учредитель мог сам себя назначить руководителем и заключить с собственной организацией трудовой договор. На основании договора компания должна платить ему заработную плату, а бухгалтерия — начислять страховые взносы.

Приверженцы второго подхода утверждали, что единственный учредитель не вправе принять себя на работу и подписать с самим собой трудовой договор. Как следствие, учредителю нельзя выплачивать заработную плату и начислять на нее взносы. Именно такой точки зрения придерживался Минфин России (письмо от 07.09.09 № 03-04-07-02/13), Минздравсоцразвития России (письмо от 18.08.09 № 22-2-3199) и Федеральная служба по труду и занятости (письмо от 28.12.06 № 2262-6-1).

Начиная с 2012 года, повода для разногласий не будет, поскольку единственные учредители, подписавшие трудовые договоры, признаны застрахованными лицами. Соответствующие поправки внесены сразу в три федеральных закона: об обязательном пенсионном страховании (от 15.12.01 № 167-ФЗ) [3], об обязательном соцстраховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством (от 29.12.06 № 255-ФЗ) [4], и об обязательном медицинском страховании (от 29.11.10 № 326-ФЗ) [5]. Данные поправки означают, что законодатели признали за единственными учредителями право принимать на работу самих себя.

Отчетность

Расчеты по начисленным и уплаченным страховым взносам плательщики, производящие выплаты физическим лицам, представляют по месту своего учета в:

ПФР — не позднее 15-го числа второго календарного месяца, следующего за отчетным периодом (по начисленным и уплаченным страховым взносам на обязательное пенсионное страхование и на обязательное медицинское страхование в фонды обязательного медицинского страхования);

ФСС — не позднее 15-го числа календарного месяца, следующего за отчетным периодом.

В 2012 году сведения Персонифицированного учета представляются в ПФР также как и в 2011 году — ежеквартально до 15 числа второго календарного месяца, следующего за отчетным периодом:

за 1 квартал — 15 мая; за 2 квартал — 15 августа; за 3 квартал — 15 ноября; за 4 квартал — 15 февраля следующего года.

Ответственность работодателей

В новой редакции изложена ст. 46 Закона 212-ФЗ, которая предусматривает ответственность плательщиков за несвоевременное представление расчета по взносам.

Во-первых, с 1 января 2012 г. штраф за непредставление расчета в срок рассчитывается от суммы взносов, начисленной к уплате за последние три месяца отчетного (расчетного) периода.

Во-вторых, теперь размер штрафа не зависит от периода просрочки представления расчета и составляет 5% за каждый полный (неполный) месяц со дня, установленного для подачи расчета, но не более 30 %.

В-третьих, также не зависит от периода просрочки и минимальная сумма штрафа. С 1 января 2012 г. он равен 1000 руб.

Обратите внимание: ранее алгоритм расчета штрафа и минимальное значение зависели от того, на какой срок плательщик просрочил сдачу расчета. Сейчас период задержки не имеет значения.

К тому же появились две новых санкции. Первая — за несоблюдение порядка предоставления расчета в электронном виде, ее размер составляет 200 руб. (новая редакция ч. 2 ст. 46 Закона № 212-ФЗ). Вторая — за нарушение срока предоставления сведений об открытии и закрытии банковского счета, ее величина — 5 000 руб. (ст. 46.1 Закона № 212-ФЗ).

Увеличена санкция за отказ предоставить для проверки документы или их копии. Ранее инспекторы штрафовали на сумму 50 руб. за каждый непредоставленный документ, теперь — на 200 руб. за один документ (новая редакция ст. 48 Закона № 212-ФЗ) [1].

КАК ЗАКОННО УМЕНЬШИТЬ СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ?

Чтобы реально экономить, нужно уметь ориентироваться в законодательстве о страховых взносах и грамотно использовать те легальные способы экономии, которые оно предоставляет. Условно существующие способы экономии на страховых взносах можно разделить на две основных группы:

1. выплата сумм, которые не облагаются страховыми взносами;

2. применение пониженных тарифов страховых взносов, установленных на переходный период 2011—2019 гг. статьей 58 Закона № 212-ФЗ.

Обычно, на практике число применяемых схем гораздо больше. Однако использование способов, возможность применения которых вытекает из норм Закона № 212-ФЗ, обеспечивает их абсолютную легальность и, как следствие, высокий уровень их безопасности. Заключение гражданско-правовых договоров с индивидуальными предпринимателями:

Любые виды гражданско-правовых договоров, заключаемых организацией с индивидуальными предпринимателями, не подлежат обложению страховыми взносами (ч. 1 ст. 7 Закона № 212-ФЗ). Одним из вариантов использования данного способа на практике является перевод части работников в статус индивидуальных предпринимателей. При этом экономия достигается за счет того, что индивидуальные предприниматели уплачивают взносы на свое страхование не из фактического размера дохода, а из минимального размера оплаты труда. Кроме того, индивидуальные предприниматели не уплачивают страховые взносы на обязательное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством в ФСС России.

Вместе с тем следует учесть, что в Законе № 212-ФЗ в 2011 г. сохранилось положение, согласно которому не облагаются страховыми взносами документально подтвержденные расходы физического лица в связи с выполнением работ, оказанием услуг по договорам гражданско-правового характера (п. 2 ч. 1 ст. 9 Закона № 212-ФЗ). Это означает, что четко обозначенная в договоре и расчетных документах сумма компенсации заказчиком издержек исполнителя, которая не является вознаграждением за труд, страховыми взносами не облагается. При этом исполнитель должен документально подтвердить свои издержки [1].

Таблица 3.

**Суммы, подлежащие (не подлежащие) обложению
страховыми взносами**

Суммы, подлежащие обложению страховыми взносами	Суммы, не подлежащие обложению страховыми взносами
1. оплата стоимости путёвок на санаторно-курортное лечение работнику за счёт средств работодателя в рамках трудовых отношений; 2. компенсационная выплата работнику за неиспользованный отпуск, вне зависимости от того, связана она или нет с увольнением работника;	1. суммы, выплачиваемые организациями своим работникам на возмещение затрат по уплате процентов по займам (кредитам) на приобретение и (или) строительство жилого помещения; 2. стипендия, выплачиваемая организацией обучающемуся лицу, в том числе работнику организации на основании

<p>3. оплата дополнительных выходных дней, предоставляемых работнику для ухода за детьми-инвалидами в рамках трудовых отношений;</p> <p>4. выплаты среднего заработка работникам в период прохождения ими военных сборов;</p> <p>5. выплаты, производимые работникам в рамках трудовых отношений, в том числе суммы среднего заработка, выплачиваемые организацией работникам-донорам за дни сдачи крови и предоставляемые в связи с этим дни отдыха;</p> <p>6. выплаты, производимые работникам в рамках трудовых отношений, в том числе суммы среднего заработка, выплачиваемого работающим беременным женщинам за дни прохождения ими обязательного диспансерного наблюдения;</p> <p>7. оплата организацией услуг фитнес-центров для работников, а также не подтвержденные документально представительские расходы;</p> <p>8. сумма невозвращенного долга в случае прекращения обязательств по возврату работником денежных средств, как выплата, произведенная в пользу работника в рамках его трудовых отношений с организацией;</p> <p>9. оплата доп. отпусков, предоставляемых сотрудникам организации;</p> <p>10. суммы, уплаченные организацией в порядке возмещения расходов работников по оплате жилого помещения...</p>	<p>ученического договора;</p> <p>3. выплаты в виде выходного пособия руководителю;</p> <p>4. оплата стоимости путёвок, производимая плательщиком страховых взносов непосредственно членам семьи работника, которые не состоят с организацией в трудовых отношениях;</p> <p>5. сумма оплаты отпуска (сверх ежегодного оплачиваемого отпуска) для лечения в связи с профессиональным заболеванием;</p> <p>6. часть прибыли общества, распределённая участникам общества, в том числе между учредителями, не является выплатой, начисленной в рамках трудовых отношений;</p> <p>7. сумма компенсации, выплачиваемая сотруднику организации за использование личного имущества (транспорта, мобильного телефона), в размере, определяемом соглашением между организацией и сотрудником;</p> <p>8. суточные в размере, определённом в коллективном договоре или в локальном нормативном акте;</p> <p>9. оплата обучения работника, проводимого по инициативе работодателя, с целью более эффективного выполнения им трудовых обязанностей, вне зависимости от формы такого обучения;</p> <p>10. суммы оплаты работодателем один раз в учебном году проезда работников, которые успешно обучаются по заочной форме обучения в имеющих гос. аккредитацию образовательных учреждениях высшего профессионального образования;</p> <p>11. стоимость (числится на балансе организации) выданной сотрудникам организации во временное пользование форменной одежды, выданной для использования только на работе при выполнении трудовых обязанностей и сдаётся ими при увольнении;</p> <p>12. оплата дополнительного оплачиваемого отпуска и выплата дополнительного вознаграждения за выслугу лет (осуществляется органом соц. защиты вне рамок трудовых отношений)...</p>
---	---

Пониженные ставки страховых взносов

С 2012 года в список организаций, имеющих право применять пониженные ставки страховых взносов, вносятся следующие дополнения:

- аптечные организации, уплачивающие ЕНВД,
- некоммерческие организации, применяющие УСН и осуществляющие деятельность в области социального обслуживания населения, научных исследований и разработок, образования, здравоохранения, культуры и искусства и массового спорта (за исключением профессионального),
- благотворительные организации, применяющие УСН,
- организации, оказывающие инжиниринговые услуги, за исключением организаций, заключивших с органами управления особыми экономическими зонами соглашения об осуществлении технико-внедренческой деятельности [1].

Таким образом, изучив особенности начисления страховых взносов в 2012 году, мы отметили изменения в экономическом и социальном развитии страны и в политике в области оплаты труда, социальной поддержки и защиты работников.

Хочется верить, что данные коррективы приведут нашу страну к процветанию и благоденствию!

Список литературы:

1. Федеральный закон от 24 июля 2009 года N 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования» (в редакции Федерального закона от 03.12.2011 № 379-ФЗ);
2. Федеральный закон Российской Федерации от 3 декабря 2011 г. N 379-ФЗ г. Москва «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам установления тарифов страховых взносов в государственные внебюджетные фонды»;
3. Федеральный закон от 15 декабря 2001 г. N 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации»(с изменениями от 3 декабря 2011 г.);
4. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2006 г. N 255-ФЗ «Об обеспечении пособиями по временной нетрудоспособности, по беременности и родам граждан, подлежащих обязательному социальному страхованию» (ред. от 28.11.11);
5. Федеральный закон от 29.11.2010 N 326-ФЗ (ред. от 03.12.2011) «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации»

ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ОПЕРАЦИЙ С ЦЕННЫМИ БУМАГАМИ

Соломаха Екатерина Петровна

*ассистент каф., БУАиА Кубанский государственный технологический
университет, г. Краснодар
E-mail: ctrl-alt-ra@rambler.ru*

Согласно ст. 142 Гражданского Кодекса РФ, ценная бумага — это документ, который удостоверяет имущественные права организации, осуществление и передача которых возможны только при его предъявлении [1].

Также в Гражданском Кодексе РФ в ст. 143 перечислены следующие виды ценных бумаг: государственная облигация, облигация, вексель, чек, депозитный и сберегательный сертификаты, банковская сберегательная книжка на предъявителя, коносамент, акция, приватизационные ценные бумаги. В данной статье указано, что к ценным бумагам относятся и другие документы, которые законами о ценных бумагах или в установленном ими порядке отнесены к числу ценных бумаг.

Для целей бухгалтерского учета ценные бумаги признаются финансовыми вложениями, если они одновременно удовлетворяют следующим условиям:

- ценные бумаги имеют соответствующим образом оформленные документы;
по данным ценным бумагам к организации переходят финансовые риски, такие как риск изменения цены, риск неплатежеспособности должника, риск ликвидности и др.;
- ценные бумаги способны приносить организации доход в будущем в виде процентов, дивидендов либо прироста их стоимости [3].

Если ценные бумаги удовлетворяют данным условиям, то они учитываются в бухгалтерском учете в качестве финансовых вложений. Соответственно на них распространяются нормы, установленные положением по бухгалтерскому учету 19/02 «Учет финансовых вложений».

В данном положении указано, что финансовые вложения должны приниматься к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости. При этом сказано, что понимается под первоначальной стоимостью финансовых вложений в каждом отдельном случае: при приобретении ценных бумаг за плату, при поступлении ценных бумаг в счет вклада в уставный капитал, при поступлении ценных бумаг по договорам, предусматривающим оплату неденежными средствами и т. д.

Однако при первоначальной же оценке ценных бумаг, приобретенных за плату, возникают проблемы определения их первоначальной стоимости, так как в п.9 ПБУ 19/02 перечислены затраты, которые включаются в первоначальную стоимость данных ценных бумаг, а именно:

- суммы, уплачиваемые в соответствии с договором продавцу;
- суммы, уплачиваемые организациям и иным лицам за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением;
- вознаграждения, которые уплачиваются посреднической организации или иному лицу, через которое приобретены данные финансовые вложения;
- иные затраты, непосредственно связанные с приобретением финансовых вложений [5].

Однако в ПБУ 19/02 в п. 11 также указано, что, если величина дополнительных затрат, связанных с приобретением данных финансовых вложений, является несущественной по сравнению с суммой, уплачиваемой продавцу, то такие затраты могут быть признаны прочими расходами в том отчетном периоде, в котором были приняты к бухгалтерскому учету указанные финансовые вложения.

В данном случае возникает несколько вопросов: каков должен быть порог существенности для данных затрат? кто должен установить данный порог существенности? должен ли он определяться для каждой сделки отдельно или быть одинаковым для всех сделок организации? Ведь от единообразия бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности зависит сопоставимость данных различных компаний. Поэтому необходимо, чтобы в законодательной базе по учету финансовых вложений было либо установлено конкретное значение порога существенности для данных затрат, либо было принято единое решение об их учете вне зависимости от размера: в первоначальной стоимости или в прочих расходах.

Что касается последующей оценки ценных бумаг и отражения их в бухгалтерской отчетности, то для этих целей в ПБУ 19/02 ценные бумаги подразделяются на две группы:

- по которым можно определить текущую рыночную стоимость;
- по которым не определяется текущая рыночная стоимость.

Финансовые вложения, по которым можно определить текущую рыночную стоимость, отражаются в бухгалтерской отчетности на конец отчетного года по текущей рыночной стоимости путем корректировки их оценки на предыдущую отчетную дату. Указанную

корректировку организация может производить ежемесячно или ежеквартально.

Финансовые вложения, по которым не определяется текущая рыночная стоимость, отражаются в бухгалтерском учете и отчетности на отчетную дату по первоначальной стоимости. По таким финансовым вложениям в случае снижения их стоимости может быть образован резерв под обесценение.

Согласно ПБУ 19/02, финансовые вложения считаются обесцененными, если признается устойчивое существенное снижение их стоимости ниже величины экономических выгод, которые организация рассчитывает получить от данных финансовых вложений в обычных условиях ее деятельности.

При этом в данном положении указаны конкретные условия, которые характеризуют данное устойчивое снижение:

- если на отчетную дату и на предыдущую отчетную дату учетная стоимость финансовых вложений существенно выше их расчетной стоимости;
- если в течение отчетного года расчетная стоимость финансовых вложений существенно изменялась исключительно в направлении ее уменьшения;
- если на отчетную дату отсутствуют свидетельства того, что в будущем возможно существенное повышение расчетной стоимости данных финансовых вложений.

С одной стороны, условия, перечисленные в ПБУ 19/02, являются простыми и понятными. Однако, с другой стороны, возникает снова вопрос о пороге существенности и его размере. В каждой организации может быть определен свой порог существенности, что может обеспечить несопоставимость данных отчетности таких организаций.

Согласно ПБУ 19/02, организации должны в обязательном порядке осуществлять проверку на обесценение финансовых вложений при наличии признаков обесценения на 31 декабря отчетного года. А также в данном положении указано, что организации по желанию могут осуществлять данную проверку и на отчетные даты промежуточной бухгалтерской отчетности. Однако, если организации не будут осуществлять данную проверку в течении отчетного года в обязательном порядке, то сопоставимость данных на отчетные даты промежуточной отчетности не будет обеспечена в полном объеме.

Обесцененные финансовые вложения отражаются в бухгалтерской отчетности по учетной стоимости за вычетом суммы образованного резерва под их обесценение [2].

В бухгалтерской отчетности и первая и вторая группы финансовых вложений отражаются в зависимости от срока их обращения, то есть либо в составе краткосрочных финансовых вложений, либо в составе долгосрочных.

Еще одной проблемой бухгалтерского учета является учет производных финансовых вложений, таких как опционы, фьючерсные сделки, варранты и т. д., так как в законодательной базе по учету финансовых вложений нет никаких правил или рекомендаций по их учету. Хотя в настоящее время интерес к ним все больше возрастает.

Так, например, опцион — это контракт, который дает право, но не обязательство, его держателю купить или продать определенное количество акций по курсу, зафиксированному в контракте, на определенную дату в будущем или в течение определенного периода у лица, выписавшего опцион. Таким образом, если в момент исполнения обязательств по данному опциону курс покупаемых (продаваемых) акций будет более выгодным, то держатель опциона может отказаться от его реализации и продать (купить) акции по более выгодному курсу, потеряв при этом сумму премии, уплаченной продавцу опциона. Продавец опциона обязан по условию контракта совершить сделку с владельцем опциона даже, если ситуация на фондовом рынке является для него неблагоприятной. За это он получает от покупателя опциона соответствующую плату (премию).

Исходя из специфических условий данного контракта, возникают вопросы не только по его первоначальному отражению в бухгалтерском учете, но и последующем. Например, при приобретении (реализации) данного контракта какой актив будет появляться (выбывать) у организации? Опцион нельзя отнести к финансовым вложениям, так как он не удовлетворяет одному из условий, указанному в ПБУ 19/02, а именно «способность приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем», так как, как уже было сказано выше, опцион дает только право, но не обязательство на проведение сделки по покупке (продаже) ценных бумаг.

Также возникает вопрос об учете разницы между рыночной стоимостью акций и ценой, указанной в договоре. Если рыночная цена акций выше, чем цена в договоре, то продавец несет убытки, а держатель опциона получает дополнительную прибыль. Если рыночная цена акций ниже, чем цена, указанная в договоре, то продавец получает прибыль, а держатель опциона несет убытки. Однако в данном случае опцион может не состояться, и держатель опциона понесет убытки только в размере премии, уплаченной продавцу ранее. Для определенного круга пользователей отчетности организации данная

информация является полезной и необходимой, поэтому она должна отражаться на счетах бухгалтерского учета (может быть даже на забалансовых счетах), а также раскрываться в бухгалтерской отчетности и пояснительной записке к данной отчетности.

Похожая ситуация складывается при фьючерсных сделках. Однако здесь имеется одно отличие: владелец фьючерса не вправе отказываться от покупки актива, указанного во фьючерсном контракте, в установленную дату в будущем по цене, оговоренной на дату заключения контракта. Поэтому в данном случае также возникает необходимость отражения на счетах бухгалтерского учета информации о возникновении разницы между рыночной стоимостью акций и ценой, оговоренной в контракте, но не только положительных, но и отрицательных для держателя опциона и, наоборот, для продавца.

Список литературы:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 06.12.2011). [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://www.consultant.ru>
2. Обесценение финансовых вложений. [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://www.diplomilirist.ru/uchet-finansovyh-vlozhenij/impairment-of-investments.html>
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет финансовых вложений» ПБУ 19/02 (в ред. приказов Минфина РФ от 18.09.2006 № 116н, от 27.11.2006 № 156н, от 25.10.2010 № 132н, от 08.11.2010 № 144н)

СЕКЦИЯ 3.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Амирова Елена Сергеевна

*магистрант Сибирского государственного аэрокосмического
университета имени академика М.Ф. Решетнева, г. Красноярск
E-mail: Lena-amirova@yandex.ru*

Агалакова Анна Владимировна

*канд. экон. наук, доцент Сибирского государственного
аэрокосмического университета имени академика М.Ф. Решетнева,
г. Красноярск
E-mail: agalanna@yandex.ru*

Ключевым направлением достижения экономического роста и повышения качества жизни населения в современном мире является развитие инновационной деятельности.

Актуальность данной темы определяется тем, что на сегодняшний день инновационная деятельность — это основополагающий стержень в укреплении предприятия на рынке в условиях жесткой конкуренции, которая должна обеспечивать устойчивое экономическое развитие, повышение конкурентоспособности производимой предприятием продукции и оказываемых услуг.

При организации инновационной деятельности предприятие сталкивается с рядом проблем, без решения которых дальнейшая успешная работа не может быть реализована.

Инновационная деятельность — деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутренних и зарубежных рынках. Инновационная

деятельность предполагает целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, которые в своей совокупности приводят к инновациям.

Усиление роли и значения инновационной деятельности в общественном развитии приводит к тому, что темпы разработки и реализации инноваций резко возрастают. Эти темпы иногда характеризуют с помощью понятия продолжительности жизни определенного продукта, которая до 19 века измерялась веками, в 19 веке и в первой половине 20 века — десятилетиями, во второй половине 20 века — годами, а в последнее время — месяцами [5, с. 7].

На современном этапе развития экономики деятельность ряда организаций существенно отличается от деятельности большинства. Инновационные организации постоянно ориентируются на изменения, которые гармонично интегрируются в их традиционную деятельность. Их стратегии направлены на непрерывные инновации, которые обеспечивают конкурентные преимущества.

Необходимость инновационной деятельности, способность к нововведениям выступает как императивное требование времени и является общим. Любая деятельность осуществляется в соответствии с какими-либо закономерностями, правилами, формами, принципами или намерениями. Для формирования уточненного определения термина организация инновационной деятельности проведем анализ сущностного содержания понятия инновационная организация. Данное понятие может рассматриваться как хозяйствующий субъект, имеющий юридический статус и обладающий хозяйственной самостоятельностью, а также как система хозяйствующих субъектов, в совокупности образующих инновационную систему. Ведущий теоретик в области менеджмента Г. Минцберг, рассматривая структуры и стратегии инновационных организаций, утверждает, что основным условием ее существования является ситуация, « в которой внедрение непрерывных или частных новшеств сложного характера является неотъемлемой частью организации и ее отраслевого сегмента» [6, с. 10]. Подобным организациям часто приходится иметь дело со сложными технологиями или системами в условиях динамических перемен. Характерной особенностью систем организации инноваций является наличие и преобладание в них неопределенности и риска в достижении конечных результатов, большой доли вероятностных процессов. Организация является инновационной, если существенная часть ее деятельности связана с инновационным процессом.

Существенное отличие инновационных организаций заключается в том, что создание инноваций для них — это разновидность бизнеса,

тогда как в большинстве организаций — это функция, часть общей деятельности предприятия. Эффективность деятельности предприятия во многом зависит от того, насколько оно адаптировано к внешней среде, в какой мере гибки и подвижны его структуры, в какой мере оно способно к нововведениям. Необходимость постоянного совершенствования предполагает подход к любому виду деятельности как к процессу. Инновационный процесс — совершенствование сбалансированности различных сфер деятельности предприятия при контроле рентабельности работы каждого звена. Другими словами, инновационный процесс представляет собой подготовку и осуществление инновационных изменений и состоит из взаимосвязанных фаз, образующих единое, комплексное целое. Главная его черта — это обязательное завершение инновации, т. е. получение результата, пригодного для практической реализации. На характер и направленность инновационного процесса влияют четыре основные группы факторов: 1) информированность в нововведениях; 2) внешняя подконтрольность; 3) резервные ресурсы; 4) организационная структура. В результате этого процесса появляется реализованное, использованное изменение — инновация.

В качестве общих принципов организации инновационной деятельности предприятия исследователи называют:

- Целевую ориентацию, т. е. организация инновационной деятельности должна способствовать непрерывному протеканию инновационного процесса. Под непрерывностью здесь понимается целостность инновационной системы, которая должна способствовать преодолению негативных аспектов при передаче информации по стадиям инновационного цикла;
- Системность инновационной деятельности, т. е. наличие четко обозначенных функций, их исполнителей и взаимодействий между ними;
- Адаптивность как наиболее адекватно отражающая влияние факторов внешней, внутренней среды предприятия на процессы создания инноваций, учитывающая тенденции их изменения;
- Оптимальное сочетание полномочий и ответственности подразделений;
- Экономичность, т. е. организация инновационной деятельности должна способствовать оптимальной результативности инновационного процесса путем сокращения инновационного цикла, повышения конкурентоспособности новых изделий, своевременного реагирования на запросы потребителей и т. п.;

- Иерархичность, т. е. обеспечение иерархического взаимодействия между элементами инновационной деятельности на любых вертикальных и горизонтальных уровнях системы.

Наряду с этим практика инновационной деятельности предприятий выработала специфические принципы ее организации:

- Создание атмосферы, стимулирующей поиск и освоение инноваций;

- Нацеленность инноваций на нужды потребителя;

- Приоритетные направления инновационной работы вытекают из целей и задач предприятия;

- Организация инноваций осуществляется по принципу параллельности их выполнения;

- Инновационная деятельность находится в компетенции руководителя и его функции заключаются в формировании стратегических инновационных проблем, целей и направлений организационного развития;

- Подразделения, занимающиеся инновационной деятельностью должны обладать единством решаемых задач и их набор должен быть оптимальным;

- К инновационной деятельности привлекается весь потенциал предприятия [3, с. 57].

По мнению Э.М. Короткова, «главной целью инновационных организаций как субъекта инновационной деятельности является доведение имеющихся идей до конкретного потребителя и достижение коммерческого успеха». Для того чтобы осуществить запуск в производство нового продукта, организация должна обладать особыми свойствами, в частности способностью к реализации инноваций. Исследования многих авторов позволили выявить следующие основные черты инновационной организации:

1. Чувственность — способность предвидеть проблемы и возможности для решения, формулировать стратегические ответы для приспособления к изменениям в окружении;

2. Способность к обучению — свойство, позволяющее воспринимать знания из окружения, собственного опыта и истории;

3. Способность генерировать необычные решения, наилучшим образом соответствующие ситуации;

4. Экспериментирование — способы тестирования новых идей в организации;

5. Внутренняя коммуникабельность — способность организации распространять релевантную информацию по своим подразделениям;

6. Готовность к риску — желание инвестировать в новые продукты и процессы в условиях неопределенности не от безысходности, а из стремления к совершенству;

7. Абсорбционность — способность контролировать нарушения, вызываемые экспериментированием, изменениями и инновациями;

8. Slack — так называемый задел ресурсов в организации, превосходящий необходимый минимум для достижения организационных результатов;

9. Космополитичность — открытость и желание воспринимать иной, в том числе зарубежный, опыт [6, с. 11].

Таким образом, можно сделать вывод, что организация инновационной деятельности обладает специфическими принципами, признаками и свойствами, что в свою очередь формирует множество особенностей, которые необходимо учитывать для успешного функционирования предприятия.

Список литературы:

1. Базилевич А.И. Инновационный менеджмент [Текст]: учеб. пособие/ А.И. Базилевич; под ред. В.Я. Горфинкеля.-М: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.- 231 с.
2. Балдин К.В. Инновационный менеджмент [Текст]: учеб. пособие/ К.В. Балдин.-М.: Академия, 2008.-368 с.
3. Гершман М.А. Инновационный менеджмент: учеб. пособие/ М.А. Гершман.-М.:Маркет ДС, 2008. -200 с.
4. Жариков В.В. Управление инновационными процессами : учебное пособие / В.В. Жариков, И.А. Жариков, В.Г. Однолько, А.И. Евсейчев. — Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. унта, 2009. —180 с.
5. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / Абрамешин А.Е., Воронина Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Е.А., Шленов Ю.В.; Под редакцией д-ра экон. наук, проф. О.П. Молчановой. - М.: Вита-Пресс, 2001. — 272 с.
6. Михалев Г.С. Организационные структуры внедрения промышленных инноваций [Текст]: монография/ Г.С. Михалев, Л.В. Назарова; Сиб. гос. аэрокосмич. Ун-т.- Красноярск, 2005-156 с.

СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА

Зайцев Виталий Юрьевич

*аспирант кафедры «Бухучет и финансы» ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)», Ярославский филиал, г. Ярославль
E-mail: vitalij-zv.yar@yandex.ru*

Федчишин Юрий Иванович

канд. экон. наук, профессор кафедры «Бухучет и финансы» ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)», Ярославский филиал, г. Ярославль

Современная экономическая обстановка, в которой осуществляют свою деятельность компании нефтегазового комплекса, довольно нестабильна. Устойчивое развитие предприятия в перспективе зависит от его способности прогнозировать и гибко реагировать на изменяющиеся внешние условия, приобретать новые конкурентные преимущества и удерживать их в борьбе на рынках.

Эффективное функционирование и развитие нефтяной промышленности невозможно без широкого применения новых инновационных технологий. От эффективности инновационной деятельности предприятий нефтегазового комплекса зависит их конкурентоспособность и выживаемость. Поэтому развитие инноваций имеет огромное значение для нефтегазовой промышленности.

Переход предприятий к инновационному развитию требует разработки соответствующих методов управления. Одним из таких методов может стать оценка инновационного потенциала предприятия.

Под инвестиционным потенциалом предприятия понимают совокупность научно-технических, технологических, инфраструктурных, финансовых, правовых, социокультурных и иных возможностей обеспечить восприятие и реализацию новшеств.

Различают научно-технический, производственно-технологический, финансово-экономический, кадровый и инновационный потенциал. Все части общего (совокупного) потенциала тесно связаны между собой. Основным условием полной реализации (совокупного) потенциала является сбалансированность частей общего, потому что отставание одной из этих частей будет выступать сдерживающим фактором.

Инновационный потенциал состоит из четырех частей :1) научно-технические (технологические) собственные и приобретенные разработки и изобретения; 2) инфраструктурные возможности самого предприятия, которые обеспечивают прохождение новшества по всем этапам инновационного цикла и превращение его в нововведение или инновацию; 3) внешние и внутренние факторы, влияющие на успешность осуществления инновационного цикла; 4) уровень инновационной культуры, характеризующий степень восприимчивости новшеств персоналом предприятия, его готовность к реализации новшеств в виде инноваций.

В современных условиях компаниям нефтегазового комплекса необходимы крупномасштабные инновационные программы, в которых бы учитывались интересы, как государства, так и частного бизнеса. Необходимо обеспечить конкурентоспособность нефтегазовой промышленности, увеличить эффективность производства, создать новые высокотехнологические компании, ускорить инновационные преобразования в нефтяном секторе путем создания и внедрения новой техники и технологии на всех стадиях производственного процесса: геологоразведки, добычи, переработки сырья, транспортировки конечного продукта до потребителей.

Стратегии инновационного развития нефтегазового комплекса следует формировать на основе такого механизма, который бы смог обеспечить устойчивое развитие всего комплекса на длительную перспективу, диверсификацию производства всего комплекса и решение экологических и социальных проблем региона.

Первостепенные задачи инновационного развития нефтегазового комплекса в области воспроизводства и добычи углеводородного сырья предусматривают эффективное расширение масштабов геологоразведочных работ, освоение новых нефтегазоносных регионов, в том числе и шельфы арктических морей, вовлечение в производство трудноизвлекаемых запасов, повышение коэффициентов нефтеотдачи и газоотдачи на разрабатываемых месторождениях.

Одним из важнейших факторов формирования устойчивой конкурентоспособности нефтегазового комплекса является создание и развитие высокотехнологичных регионально-отраслевых кластеров на базе естественных центров экономического роста, то есть центров нефтегазодобычи. Кластер представляет собой комплекс, который формируется на базе территориальной концентрации взаимосвязанных и взаимодополняющих друг друга предприятий и организаций, которые используя выгоду своего близкого расположения и своей специализации, обеспечивают свои конкурентные преимущества на рынке. При формировании кластера в нефтяной промышленности возникает проб-

лема создания цепочек взаимосвязанных производств от геологоразведочных работ до переработки сырья и реализации готовой продукции.

Сочетание на практике принципов территориально-производственных комплексов и кластеров даст возможность развивать промышленность в наиболее благоприятном направлении для данного региона. При этом особое внимание следует уделять взаимосвязи производства с комплексом экономических ресурсов, которые присущи региону. Благодаря внедрению современных технологий управления при создании и развитии кластера в регионе, увеличится приток капитала и технологий, прямых иностранных инвестиций. А именно такие инвестиции и привлекут в регион не только необходимые финансовые средства, но и новые технологии, и интеллектуальные ресурсы, и управленческие навыки.

В последнее время не раз поднимался вопрос о необходимости реинвестирования части природной ренты в добывающие отрасли. Но следует отметить, что реинвестиции должны обязательно носить инновационный характер, то есть эти средства нефтегазодобывающие компании должны потратить не на покупку технологий в зарубежных странах, а на собственные научно-исследовательские разработки, на внедрение новой техники и технологии.

Основные направления совершенствования производства в нефтеперерабатывающей промышленности включают в себя: создание и внедрение принципиально новых технологических процессов для выработки новой высококачественной продукции; расширение сырьевой базы; улучшение использования сырья; совершенствование существующих производственных процессов, повышение их мощностей; повышение уровня автоматизации и механизации производства; создание автоматизированных систем управления технологическими процессами; совершенствование методов производства; улучшение технических и экономических характеристик.

Механизмы реализации стратегии инновационного развития нефтегазового комплекса основываются на активной интеграции государства и бизнеса при соблюдении интересов обеих сторон путем стимулирования нефтегазовых компаний к освоению малорентабельных объектов с трудноизвлекаемыми запасами на особых условиях лицензирования и налогообложения.

Переход к высоким технологиям в нефтегазовой промышленности позволит экономике России уйти от сырьевой ориентации, развить высокие технологии в самых перспективных направлениях нефтегазового комплекса, существенно снизить экспорт сырой нефти и газа. Инновационное развитие нефтегазового комплекса способно обеспечить накопление финансовых ресурсов, которые должны

поддерживать эффективные инновационные процессы в других отраслях. Инновационный потенциал нефтегазового комплекса является стратегическим фактором устойчивого экономического роста, который поможет повысить эффективность экономики, преодолеть или ослабить влияние дефицитных факторов производства.

Таким образом, нефтегазовая промышленность в РФ в перспективе должна решить ряд проблем: обеспечить поступательное развитие нефтегазового комплекса; обеспечить переход к новым технологиям добычи и переработки топлива; улучшить состояние сырьевой базы; сократить издержки на всех этапах производственного процесса (добыче, переработке, транспортировке, хранении, реализации и др.); осуществить модернизацию сырьевых и перерабатывающих производств; расширить сферу деятельности; увеличить глубину переработки сырья; снизить энергоёмкость производства; обеспечить экологическую безопасность производства; обеспечить выход предприятий на внешние и внутренние рынки с новой конкурентоспособной продукцией; ускорить рост высокотехнологичных производств.

Решение всех этих проблем, в первую очередь, зависит от развития инновационных процессов в нефтегазовом секторе страны.

Концепция стратегии инновационного развития нефтегазового комплекса позволит оптимизировать основные ресурсные, технико-технологические, экономические, социальные, экологические параметры развития и обеспечить экономический рост на основе комплексного освоения и использования ресурсов.

Внедрение новшеств всегда имело большое значение для развития производства. В рыночной экономике инновации представляют собой мощный антикризисный фактор, потому что использование новых технологий, новой техники, новых методов управления производством ведет к увеличению прибыли, снижению цен и производственных затрат, к завоеванию новых рынков сбыта. Инновации позволяют улучшать производственные процессы, использовать новые виды сырья, применять более производительную технику, производить улучшенную продукцию, расширять ее ассортимент. Инновации являются основополагающими факторами экономического роста.

Список литературы:

1. Инновационное развитие — основа модернизации экономики России: Национальный доклад. Коллектив авторов. М.: ИМЭМО РАН, ГУ — ВШЭ, 2008. — 168 с.
2. Череповицын А.Е. Концептуальные подходы к разработке инновационно - ориентированной стратегии развития нефтегазового комплекса: Монография. СПб: СПГИ, 2008. — 212 с.

К ВОПРОСУ УЧЕТА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Назарова Любовь Александровна

аспирант кафедры УФ, ПНИПУ, г. Пермь

E-mail: lyubov_nazarova@hotmail.ru

У некоторых исследователей (Л. Эдвинссон, Э. Брукинг, К. Прахалад и др.) понятия «интеллектуальный капитал», «нематериальные активы» (НМА), «интеллектуальная собственность» выступают как синонимичные, взаимозаменяемые. На практике эти понятия представителями различных профессиональных групп применяются неодинаково. Так, термин «интеллектуальный капитал» используется в основном менеджерами, «интеллектуальная собственность» — юристами, а «НМА» — профессиональными оценщиками и бухгалтерами, при этом в эти термины вкладывается разное содержание. В частности, оценщики понимают НМА более широко, чем бухгалтеры.

Как на самом деле соотносятся данные понятия «НМА», «интеллектуальный капитал» и «интеллектуальная собственность»?

Интеллектуальный капитал инкорпорирует (т.е. включает в свой состав) нематериальные активы организации, в том числе интеллектуальную собственность. Инкорпорированность интеллектуального капитала, т. е. способность включать в свой состав НМА, инкорпорированность НМА, т. е. способность включать в свой состав интеллектуальную собственность, все это указывает на то, что рассматриваемые понятия взаимосвязаны, но не равнозначны (рис. 1).

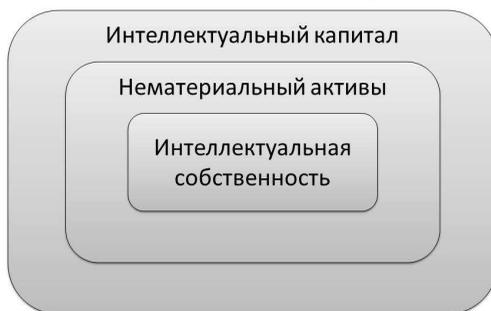


Рисунок 1. Соотношение понятий «интеллектуальный капитал», «нематериальные активы» и «интеллектуальная собственность»

Почему эти понятия не равнозначны? Не все элементы интеллектуального капитала являются нематериальными активами. В частности, неcodифицированное знание (интеллектуальные и деловые качества работников, их квалификацию, способность к труду) как составляющую интеллектуального (человеческого) капитала нельзя отнести ни к материальным активам, ни тем более к интеллектуальной собственности организации.

В свою очередь не относятся к НМА НИОКР, результаты которых не внедрены в производство. По российским стандартам к НМА не относятся списки клиентов, а ведь это составляющие интеллектуального (потребительского) капитала организации. Расходы на обучение и подготовку персонала также по российским стандартам не относятся к НМА, «т. к. отсутствует возможность идентификации от другого имущества». (Кстати, МСФО относит эти расходы на НМА, но только в том случае, если существуют юридические гарантии, закрепляющие работников за организацией). Не все НМА являются объектами интеллектуальной собственности организации. Так, управленческие навыки и лидерские качества менеджеров не могут быть отчуждены от своих носителей — сотрудников организации и стать объектом исключительных прав имущественного характера, а время использования этих НМА определяется временем работы конкретного сотрудника в организации. Не все технологии и методы работы можно запатентовать и лицензировать. И наоборот, например, по стандартам МСФО не относится к НМА такой объект интеллектуальной собственности, как торговая марка, созданная компанией. Считается, что затраты на создание торговой марки нельзя отделить от затрат на развитие организации в целом.

Что такое НМА с точки зрения бухгалтерского учета? Как объекты учета НМА возникли во второй половине XIX века. В системе международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) сначала был принят МСФО 9 «Затраты на исследования и разработки». В 1998 г. его заменил МСФО 38 «Нематериальные активы» (действует с 31 марта 2004 г.). На его основании Минфин России приказом от 16 октября 2000 г. № 91н утвердил Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/ 2000) вступившие в силу с 1 января 2001 г.

Сравним требования российских стандартов бухгалтерского учета (РСБУ) и МСФО в отношении НМА [2, с. 218].

Критерии НМА согласно МСФО. Прежде всего НМА компании — это разновидность активов, и для них действуют общие для всех активов критерии. Они изложены в Принципах подготовки и

предоставлении финансовой отчетности в соответствии с МСФО. Актив включается в баланс компании, если одновременно выполняются два условия: 1) существует высокая вероятность того, что в будущем от использования актива компания получит экономические выгоды; 2) стоимость актива может быть надежно оценена.

В МСФО отмечается, что под активом понимается ресурс, который компания контролирует в результате прошлых событий и ожидает от него экономических выгод в будущем. В соответствии с МСФО 38 НМА — это идентифицируемый неденежный актив, не имеющий материально-вещественной формы и используемый при производстве товаров [3, с. 24].

Таким образом, в МСФО 38, помимо нематериальности выделяется три определяющих признака НМА: 1) идентифицируемость; 2) подконтрольность компании; 3) способность приносить экономическую выгоду.

Под идентифицируемостью следует понимать возможность полноценного самостоятельного существования НМА. Именно идентифицируемость позволяет отличить НМА от гудвилла, который образуется при приобретении компании. В соответствии с МСФО 3 «Объединение компаний» гудвилл не относится к НМА.

Идентифицируемость понимается не только как возможность физически отделить НМА от иных активов компании. Это еще способность актива выступать самостоятельным объектом сделок, а также возможность компании точно определить приходящиеся именно на данный НМА будущие экономические выгоды. Кроме того, НМА может быть идентифицирован по иным основаниям, например по факту передачи юридических прав на него (в том числе если эти права передаются в комплексе с иными активами). В ряде случаев НМА может приносить экономические выгоды только при одновременном использовании с другими активами. Однако если компания может определить выгоды, связанные именно с его использованием, он считается идентифицируемым.

Некоторые НМА могут иметь тот или иной материальный носитель. Они могут помещаться на электронном носителе (в виде программного обеспечения) или в правовой документации (в виде лицензии или патента). В таких случаях этот объект может быть учтен либо как нематериальный актив, либо как материальный. Решение принимается на основе того, какой из элементов наиболее важен. Так, программное обеспечение для станка с программным управлением, который не может работать без этого конкретного программного обеспечения, является составной частью станка, и программное

обеспечение должно учитываться в качестве основного средства. То же, относится к операционной системе компьютера. Там, где программное обеспечение является составной частью соответствующих аппаратных средств, оно учитывается как НМА.

Подконтрольность — это способность компании обеспечить поступление будущих экономических выгод от его использования именно в данную компанию. Контроль может быть осуществлен через ограничение доступа третьих лиц к выгодам. Причем доступ может ограничиваться не только на основании прав, предоставленных законом, но и благодаря сохранению информации в тайне (в случаях с ноу-хау).

Оценка актива по признаку способность приносить экономические выгоды производится на основе профессионального суждения руководства компании. При этом экономические выгоды могут заключаться, например, в увеличении поступлений, сокращении расходов. При оценке экономических выгод следует применять принципы, установленные МСФО 36 «Обесценение активов». Если актив будет создавать экономические выгоды в комплексе с иными активами, применяется концепция генерирующих доход единиц, изложенная в том же стандарте.

Кроме того, МСФО 38 устанавливает ряд дополнительных требований к признанию НМА, созданных самой компанией. Суть этих требований сводится к разделению работ по созданию актива на две стадии — исследований и разработок. Капитализированы в составе НМА могут быть только затраты на разработки и только при выполнении определенных условий. В НМА не включаются созданные компанией торговые марки. Считается, что затраты на их создание нельзя отделить от затрат на развитие компании в целом.

Критерии признания НМА согласно ПБУ 14/2000.

В пункте 3 ПБУ 14/2000 выдвигается ряд требований к НМА. Все они должны соблюдаться одновременно. Итак, НМА:

- не имеет материально-вещественной (физической) структуры;
- может быть идентифицирован (выделен, отделен) организацией от другого имущества;
- используется в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг, либо для управленческих нужд;
- используется в течение длительного периода (более года или дольше обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев);
- приносит организации экономические выгоды в будущем.

Кроме того, организация не должна предполагать следующей перепродажи НМА.

Само его существование и исключительное право организации на результаты интеллектуальной деятельности должно подтверждаться надлежаще оформленными документами (патентами, свидетельствами и т. п.).

Положения ПБУ 14/2000 формально следуют МСФО 38. В частности, в них содержатся аналоги требований идентифицируемости и способности приносить экономические выгоды. Однако при этом формы ПБУ наполнены несколько иным содержанием, что влияет на состав объектов, признаваемых НМА. Так, актив считается идентифицируемым и подконтрольным, только если есть документы, подтверждающие его существование и исключительное право организации на результаты интеллектуальной деятельности. За счет этого перечень объектов, которые могут составлять НМА организации в соответствии с РСБУ, оказывается иным.

В частности в него попадают:

- исключительные права на интеллектуальную собственность, охраняемые в соответствии с российским законодательством;
- приобретенная деловая репутация;
- организационные расходы, понесенные учредителями в связи с регистрацией организации и признанные в качестве их вклада в уставный капитал.

На состав перечня влияют особенности требований российского права интеллектуальной собственности к надлежащему оформлению документов.

Таким образом, основное различие определений НМА в ПБУ 14/2000 и МСФО 38 состоит в следующем. РСБУ требует наличия определенным образом оформленного исключительного права на объект, а МСФО — его подконтрольности компании. То есть международный стандарт воплощает принцип приоритета экономического содержания, а российский — отдает предпочтение юридической форме. Кроме того, при учете НМА, помимо объектов, установленных в ПБУ 14/2000, предписывается учитывать расходы, отвечающие требованиям Положения по бухгалтерскому учету «Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы» (ПБУ 17/02), утвержденного приказом Минфина России от 19 ноября 2002 г. № 115н. Хотя РСБУ прямо не относят расходы на НИОКР к НМА, но требуют учитывать их в одной группе.

Ни МСФО, ни РСБУ не приводят перечня объектов, которые должны признаваться НМА. Однако на основе содержащихся в них стандартах рекомендаций и пояснений можно примерно очертить примерный состав объектов этой группы по МСФО и РСБУ (табл.1).

Таблица 1.

**Объекты НМА признаваемые (не признаваемые)
международным и российским стандартами [1, с. 54]**

Вид активов	МСФО	РСБУ
Интеллектуальная собственность, защищенная патентами	Да, при соблюдении общих требований стандарта	Да, при соблюдении общих требований стандарта
Товарные знаки	Да, кроме созданных самой компанией, т.е. только приобретенные	Да, при соблюдении общих требований стандарта
Авторские права	Да, кроме созданных внутри самой компании	Существуют ограничения (см. письма Минфина России от 31 января 2003 г. №04-02-05/2/1; от 12 ноября 2003 г. № 04-02-05/2/65; от 9 июня 2004 г. № 03-02-05/2/32)
Программное обеспечение	Да, кроме предназначенного основного средства	Да, при соблюдении общих требований стандарта, в том числе надлежащего оформления документов
Расходы на НИОКР	Возможно при определенных условиях только на стадии разработок, но не на стадии исследований	Обособленно, при соблюдении ПБУ 17/02 (как научно-исследовательские, так и опытно-конструкторские работы)
Конфиденциальные знания, дающие преимущества на рынке (коммерческая тайна)	Да, если защищены юридические правами, такими как авторское право, договорные отношения или обязательство сохранить конфиденциальность	Нет, так как российское законодательство не относит эти права к исключительным
Права, обслуживания, лицензии, квоты, франшизы	Да, при соблюдении общих требований стандарта	Нет, так как эти права не относятся к исключительным
Списки клиентов, доля рынка, права на сбыт и т.п.	Возможно, если списки приобретены извне и есть юридические гарантии сохранения клиентов и доли рынка	Нет, так как эти преимущества не относятся к исключительным правам
Расходы на стимулирование и подготовку персонала	Возможно, если есть юридические гарантии, закрепляющие работников за компанией	Нет, так как отсутствует возможность идентификации
Организаторские расходы (расходы на учреждение компании)	Нет, так как не выполняются требования стандарта	Да, так как есть прямое указание в п. 4 ПБУ 14/2000
Деловая репутация (гудвилл) при приобретении другой компании	Выведена из сферы действия стандарта и представляет собой особый вид активов, показывается отдельно от НМА	Да, так как есть прямое указание в п. 4 ПБУ 14/2001

Стандарты бухгалтерской отчетности не представляют собой застывшую данность. Они постоянно корректируются, развиваются. РСБУ постепенно приближаются к МСФО, а последние постоянно трансформируются. НМА — это специфические знания, на которые организация в основном имеет права собственности или способна ограничить их распространение. НМА приносят экономические выгоды, однако это происходит не автоматически, а опосредованно.

В современных условиях стратегия развития любой организации больше не может формулироваться только на базе традиционных терминов (оборотные средства, рентабельность, прибыль, финансовые активы и пр.) Стратегия должна быть сформулирована также в понятиях отражающих НМА.

Список литературы:

1. Ржаницына В. Нематериальные активы в системе МСФО // Консультант. — 2005. — № 21—54 с.
2. Тинкельман С.Б., Казакевич Е.С. Нематериальные активы // новые системы финансового учета. — 2006. — № 5. — 350 с.
3. Тюшников Е. Учет нематериальных активов в соответствии с МСФО // Финансовый директор. — 2005. — № 12—24 с.

ВЛИЯНИЕ ВНУТРЕННЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА СТРАТЕГИЮ ИХ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ

Семейско Сергей Викторович

*аспирант Финансово-технологической академии, г. Королев
Московской обл.*

E-mail: semeysko@gmail.com

В настоящее время ключевой задачей любого предприятия является обеспечение высокой эффективности своей деятельности. В условиях жесткой конкуренции и быстрого развития научно-технического прогресса успешное функционирование предприятий во многом зависит от их способности к изменениям и восприятию инноваций. При этом значение инноваций постоянно возрастает, поскольку предприятиям для сохранения собственной конкурентоспособности необходимо своевременно вводить разнообразные новшества и рационализировать производство.

Важнейшим условием осуществления инноваций во всех развитых странах мира является формирование и развитие инновационной среды. Инновационная среда оказывает непосредственное влияние, как на деятельность всех предприятий, так и на всю экономику страны в целом, обеспечивая их планомерное и целенаправленное развитие. Особенно в благоприятном влиянии инновационной среды нуждаются предприятия, разрабатывающие и внедряющие инновации (инновационные предприятия).

В целом инновационная среда представляет собой систему, состоящую из внешней среды прямого и косвенного воздействия (внешняя макро и микросреда) — так называемый «инновационный климат» — и внутренней среды организации. Инновационный климат включает в себя сложившиеся определенным образом социально-экономические, организационно-правовые и политические условия, к которым адаптируются инновационные предприятия, а также непосредственное окружение предприятий — конкурентов, поставщиков, потребителей и т. д., от взаимоотношений с которыми зависит деятельность инновационных предприятий [2].

Второй важной составляющей, о которой очень часто забывают, подразумевая под инновационной средой только инновационный климат, является внутренняя среда инновационных предприятий или «инновационный потенциал» — система взаимодействующих и взаимосвязанных ресурсов (кадровых, финансовых и т. д.), необходимых в процессе осуществления инновационной деятельности и обеспечивающих достижение поставленных целей [1].

В структуре инновационного потенциала выделяют две группы элементов — основную и группу обеспечения. Первая группа элементов является непосредственной основой инновационного потенциала предприятия (сюда относятся все виды ресурсов), вторая группа — выполняют обеспечивающую функцию в процессе формирования инновационного потенциала. Все элементы групп взаимодействуют друг с другом, что выражается в синергетическом эффекте, который и позволяют предприятию обеспечить восприятие и реализацию новшеств.

К основным элементам относятся [4]:

- материально-технический — является вещественной основой, определяет технико-технологическую базу инновационного потенциала, влияет на масштабы и темпы инновационной деятельности (опытно-приборная база, исследовательское, экспериментальное и лабораторное оборудование, технологическое оборудование, ресурс площадей);
- кадровый — лидер-новатор, заинтересованный в инновациях, персонал, имеющий специальное образование и опыт,

специалисты в сфере маркетинга, планирования и прогнозирования скрытых потребностей покупателей;

- организационный — определяет состояние объективных внутренних межинституциональных связей (форма собственности субъектов инновационной деятельности, их организационно-правовая структура и величина субъекта, его отраслевая принадлежность и др.);
- социально-культурный — представляет собой ресурсы поступающие из определенных общественных сфер и отражающиеся в том числе в культуре, нормах поведения в системе ценностей персонала предприятия (идеологии, морали, этической, правовой, политической, религиозной и т. д.).

К обеспечивающим элементам относятся [4]:

- финансовый — финансовые ресурсы обеспечивают условия реализации остальных элементов и выполняют роль их количественной оценки;
- информационный — отражает опыт исследований и разработок, существующий научно-технический задел, а также степень информации о проводимых в данных областях разработках.

Инновационный потенциал тесно связан со многими характеристиками предприятия — текущим управлением, стратегией развития и, самое главное, с конкурентоспособностью на рынке. Через развитие потенциала идет развитие самого предприятия и всех его подразделений, а также всех элементов производственно-хозяйственной системы.

Важно отметить, что развитие инновационного потенциала и, следовательно, предприятия во многом является реакцией на изменения внешней среды (инновационного климата). При благоприятном воздействии среды предприятия получают возможность увеличить свое конкурентное преимущество на рынке за счет разработки новой продукции, привлечения высококвалифицированных специалистов, поиска новых партнеров и т. д., что в свою очередь будет увеличивать инновационный потенциал.

Однако в противоположном случае все ресурсы, затрачиваемые на развитие предприятия, будут направлены лишь на поддержание конкурентной позиции. В связи с этим перед инновационными предприятиями встает проблема корректировки стратегии своего дальнейшего развития.

В табл. 1 представлен перечень инновационных стратегий предприятия, характеризующийся уровнем развития инновационного потенциала (низкий, средний, высокий) и соответствующей конкурентной позицией на рынке (лидер, сильная, слабая позиция и аутсайдер).

Таблица 1.

Стратегии развития инновационного предприятия [3]

Конкурентная позиция	Уровень инновационного потенциала		
	Низкий	Средний	Высокий
Лидер	Вертикальная интеграция	Горизонтальная интеграция	Развитие рынка
Сильная	Сокращение	Горизонтальная диверсификация	Захват рынка
Слабая	Отторжение	Развитие продукта	Концентрическая диверсификация
Аутсайдер	Ликвидация	Совместное предприятие	Конгломеративная диверсификация

Занимая лидирующие позиции на рынке, инновационное предприятие имеет наиболее широкие возможности для развития. При слабом или среднем уровне развития инновационного потенциала предприятие может объединиться с подобными предприятиями или более крупной организацией (вертикальная интеграция) для совместной реализации продукции, при высоком уровне — инициировать развитие рынка, выпустив «прорывной» инновационный продукт.

Довольно сильная конкурентная позиция предоставляет возможность предприятию провести сокращение своего производства для стабильного существования в определенной нише рынка, либо расширить ассортимент производимой продукции (горизонтальная диверсификация). А также попробовать «захватить» рынок, улучшив качество выпускаемой продукции.

При слабых позициях предприятие может расширить свой ассортимент за счет новых товаров, имеющих сходство по своим характеристикам с выпускаемой продукцией (концентрическая диверсификация) при высоком уровне потенциала, улучшить выпускаемую продукцию при среднем уровне или сменить свою область деятельности.

Являясь аутсайдером, предприятию остается либо ликвидировать свое производство, либо организовать совместное предприятие (например, с государством), либо начать производство совершенно новой продукции, кардинально отличающейся от выпускаемой ранее (конгломеративная диверсификация), для выхода на новый рынок.

Таким образом, от состояния инновационного потенциала зависит выбор и реализация стратегии дальнейшего развития и соответственно конкурентное преимущество на рынке. Поэтому перед предприятиями возникает объективная потребность в целенаправленном формировании и дальнейшем развитии инновационного потенциала, а также, его непрерывном анализе. Данные мероприятия позволят предприятиям правильно оценить текущую ситуацию и найти свои конкурентные

преимущества. Предприятия, неспособные модернизировать производство, рано или поздно уступают место на рынке более развитым организациям.

Список литературы:

1. Ахметова Н.Н. Один из подходов к определению сущности элементов инновационно-инвестиционной модели [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.anrb.ru/isei/cf2002/c504.htm>
2. Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организации: учеб. пособие. — М.: Омега-Л, 2006.
3. Незнамова Л.А., Особенности и закономерности развития инновационного потенциала // Современные проблемы экономики и управления народным хозяйством: Сб. науч. ст. асп. СПбГИЭУ. Вып. 12 / Редкол.: Е.Б. Смирнов (отв. ред.) и др. — СПб.: СПбГИЭУ, 2004.
4. Незнамова Л.А., Сущность инновационного потенциала и его состав // Современный менеджмент: российские реалии и теория: Сб. науч. тр. / Отв. ред. А.Н. Цветков. — СПб.: СПбГИЭУ, 2004.

СЕКЦИЯ 4.

ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УЧЕНИЙ

ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ ИННОВАЦИЯ

Михалёва Екатерина Павловна

*канд. экон. наук, старший преподаватель Брянского государственного
университета им. акад. И.Г. Петровского, г. Брянск
E-mail: mihaleva_e@bk.ru*

Сафаралиев Кямран Аликули оглы

*студент Брянского государственного университета
им. акад. И.Г. Петровского, г. Брянск
E-mail: beatbombit@gmail.ru*

*Инновация отличает лидера от догоняющего.
Стив Джобс, Apple*

Термин «инновация» происходит от латинского слова «*inovatio*», что в переводе означает нововведение, новшество. Философский словарь дает следующее широкое понимание этого термина [3]: «Инновация — явления культуры, которых не было на предшествующих стадиях ее развития, но которые появились на данной стадии и получили в ней признание («социализировались»); закрепившиеся (зафиксированные) в знаковой форме и (или) в деятельности посредством изменения способов, механизмов, результатов, содержаний самой этой деятельности».

Понятие «инновация» тесно связано с понятиями «изменения» и «развитие». Непрерывное создание новшеств образует в своей совокупности бесконечный поток потенциальных изменений. Реальные изменения обеспечивает только часть из всех созданных новшеств. Изменения определяются объемом и направлением, длительностью и скоростью. Понятие «развитие» обычно связывают с позитивными изменениями, с прогрессом. Однако философ Б. Рассел считает, что категории «изменения» и «прогресс» различны, «изменение» — понятие научное, а «прогресс» — этическое. Изменение бесспорно, в то время как прогресс является предметом спора. Таким образом, под инновацией, или нововведением, понимается не только внедрение новой

технологии и выпуск новой продукции, но и изменения в организации бизнеса, в управлении фирмой, во взаимоотношениях с потребителями и т. д. (например, мобилизация покупательской способности через банковский кредит).

В литературе имеются различные подходы к определению понятия «инновация»: по признаку содержания или внутренней структуры выделяют инновации технические, экономические, организационные, управленческие и др.

Инновации можно рассмотреть как товар особого рода. Основным свойством любого товара является его способность удовлетворять потребности индивида. Основным свойством инноваций является и удовлетворение существующих потребностей, и создание новых потребностей. Инновации обладают двумя характеристиками — это стоимость и полезность. Безусловно, стоимость нововведения зачастую сложно определить в силу их уникальности, но возможно определить нижнюю границу стоимости — это затраты производителя, связанные с созданием новшества. Полезность инновации можно рассматривать с двух позиций: с позиции индивидуальной значимости для потребителя и с общественно значимой позиции. Индивидуальная полезность нововведения имеет место в случае единичного производства определенного новшества или в случае узкоспециализированного рынка. Индивидуальная полезность инновации может быть охарактеризована, на наш взгляд, двумя следующими положениями:

1. Каждая дополнительная единица инноваций как блага, обладает полезностью большей, нежели предыдущая, причем данные нововведения носят название улучшений.

2. Существует линия инновационного пата, границу которой преодолеть нельзя лишь при помощи улучшающих нововведений, но общая полезность группы рассматриваемых инноваций стремиться к ней бесконечно, значит, график функции общей полезности группы однородных инноваций не имеет точки максимума. Если нововведение выходит за рамки локального рынка или отрасли и становится общественно значимым, то оно приобретает общественно значимую полезность. Внешние положительные эффекты от производства и использования инноваций зачастую доступны любому индивиду, т. е. инновационное развитие положительно сказывается на общем благосостоянии человечества, так как открытый доступ к знаниям и технологиям выгоден всем. Научную концепцию преобладания положительных внешних эффектов от инноваций предложил американский экономист К. Эрроу. Она связана с тем, что полезность от использования открытия, сделанного кем-то одним, не уменьшается

при его использовании другими. Значит, производителям часто выгодно имитировать чужие разработки, хотя и компания-имитатор выходит на рынок позже, но ее расходы на 25-50% ниже, чем у инноватора, а учет ошибок инноватора позволяет выпускать более конкурентоспособный продукт.

Различные авторы, в основном зарубежные (И. Шумпетер, И. Перлаки, Хартман В.Д., Мэнсфилд Э., Фостер Р., Твист Б., Роджерс Э. и др.) трактуют это понятие в зависимости от объекта и предмета своего исследования.

Впервые употребил понятие инновации *Йозеф Шумпетер*. Согласно подходу Й. Шумпетера, инновацией может считаться новый взгляд на какой-то известный процесс, успешное применение нового изобретения или открытия в экономике и других сферах человеческой деятельности. Инновационная экономика как раздел экономической науки возникает еще в 1920 — начале 1930-х годов. Н.Д. Кондратьев писал, что изменения в технике оказывают влияние на экономическое развитие. Основным условием этого выступает накопление «критической массы» инноваций (новых продуктов) и возникновение экономических предпосылок для их внедрения. Например, изобретения конца 17 — начала 18 веков нашли применение в конце 18 века, в эпоху индустриальной революции.

П.Ф. Дракер инновацию определяет как особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как шанс осуществить новый вид бизнеса или услуг.

Определение П.Ф. Дракера, на наш взгляд, более полно отражает суть классического определения Й. Шумпетера, одновременно подчеркивая необходимость коммерциализации нового товара и значение предпринимательского фактора в качестве основного при развитии производства.

Б. Твист определяет инновацию как процесс, в котором изобретение или идея приобретают экономическое содержание. Ф. Никсон считает, что инновация — это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования. Б. Санто считает, что инновация — это такой общественный — технический — экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если она ориентируется на экономическую выгоду, прибыль, появление инновации на рынке может привести добавочный доход [1].

Все исследователи едины в том, что инновации есть результат инновационной деятельности. В наиболее общем смысле инновационную деятельность можно представить как деятельность по созданию, освоению, распространению и использованию инноваций. В РФ разработана и действует Концепция долгосрочного социально-экономического развития до 2020 года. Данная концепция предполагает создание и активизацию новых факторов экономического роста, таких, как ускоренное распространение новых технологий в экономике, развитие высокотехнологичных производств и совершенствование институциональной среды. Главное условие реализации данного сценария — является формирование в стране благоприятных условий в различных сферах экономики и общества для развития человеческого потенциала России и тем самым повышения конкурентоспособности человеческого капитала как ключевого фактора инновационного развития. В настоящее время, возрастает роль инноваций как в масштабах государства в целом, так и в деятельности отдельного предприятия [2]. Следовательно, все больше хозяйствующих субъектов стремятся производить свой уникальный продукт, не имеющий аналогов. Для создания такого продукта компании самостоятельно вкладывают средства в научные исследования и разработки, осуществляют их внедрение в производство и продвижение продукции на рынке, т. е. инвестируют собственные средства в инновации.

Список литературы:

1. Инновационный менеджмент. Учебник / Под ред. С.Д. Ильенковой, — М.: Юнити, 1997 г.
2. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года «Инновационная Россия — 2020» разработана на основе положений Концепции долгосрочного развития Российской Федерации на период до 2020 года в соответствии с поручением Председателя Правительства Российской Федерации по итогам заседания Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям, состоявшегося 3 марта 2010 года.
3. Философский словарь. Энциклопедия философских терминов онлайн: сайт онлайн словарей. URL: <http://www.onlinededics.ru/slovar/fil.html>

СЕКЦИЯ 5.

МАРКЕТИНГ

ИНФОРМИРОВАННОСТЬ ПАЦИЕНТА — ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СПРОСОМ НА МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ В КОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Едемский Алексей Геннадьевич

магистрант ИУБПЭ СФУ, г. Красноярск

E-mail: aedem@yandex.ru

Филимонова Ирина Владимировна

канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой маркетинга ИУБПЭ,

г. Красноярск

Желание быть здоровым является исходной потребностью каждого человека. Здоровье обеспечивает комфортное существование человека в окружающем мире и социуме. Болезнь — чрезпороговое отклонение анатомических, физиологических функций или разрыв их взаимосвязи в результате внешней и внутренней агрессии. Именно болезнь заставляет заняться поиском средств и способов для восстановления здоровья [6, с. 17].

При этом каждый человек, чтобы выжить, что-либо предпринимает. То есть он, преобразуя ресурсы в продукты, осуществляет производство. Цель производственной деятельности — создание необходимых обществу материальных и нематериальных благ. Одним из нематериальных благ являются медицинские услуги.

Здравоохранение России можно разделить на две группы: бесплатная медицинская помощь по полисам обязательного медицинского страхования и коммерческая медицина. Основным представителем коммерческого здравоохранения является частное здравоохранение.

Частное здравоохранение является участником экономической жизни страны и, как субъект экономической деятельности, имеет основную цель — максимизация прибыли. В данных условиях является важным грамотно управлять спросом на рынке медицинских услуг, чтобы достигать поставленные цели организации.

Одним из инструментов управления спросом на медицинские услуги является информированность пациента о потребности получения данных услуг. Зачастую медицинскому учреждению трудно повлиять на спрос через существенное увеличение клиентской базы (пациентов). Этот показатель, как правило, зависит от большого количества факторов, ключевым среди которых является сезонность заболеваний. В данных условиях одним из более эффективных способов управления спросом является увеличение частоты обращений пациентов из уже сформированной клиентской базы медицинского учреждения.

Данный механизм управления спросом основан на обучении пациентов, как правильно пользоваться медицинскими услугами. Каждый раз, когда врач говорит пациенту не беспокоиться о температуре 36,6 С, врач управляет спросом, так же, когда пытается дать пациенту понять, что антибиотики неэффективны против вирусной инфекции и каждый раз, когда говорит: «Если вам не становится лучше через неделю, звоните в клинику». Хотя цель обучения пациентов, как правило, рассматривается, как повышение внимания к терапии и снижение рисков для здоровья, управление спросом всегда было неотъемлемой частью этого обучения.

«Пациент, который понимает о состоянии своего здоровья и перспективах лечения, может уменьшить врачу проблемы телефонными звонками и увеличить посещаемость врачебной практики другими пациентами», — говорит Томас Дж. Вайда, доктор медицинских наук, медицинский директор Penn State Geisinger Health Group в городе Херши, штат Пенсильвания, а также член Совета редакторов FPM [8, с. 12].

Но управление спросом через информированность пациента - это не только способ удержать пациента в клинике, но это и сохранение его здоровья, а, следовательно, его приверженность к клинике.

По мнению С.Э. Голдберга, доктора медицинских наук, для определения спроса на услуги и реализации программы по его увеличению, следует выявить основные препятствия для эффективной работы с целевым потребителем, среди которых — отсутствие осведомленности пациентов о преимуществах профилактических мероприятий. Способствовать его формированию могли бы такие инструменты поддержки как печатные брошюры для просвещения пациентов.

«Информируя пациента и позволяя ему принять решение о лечении, вы возлагаете часть ответственности на пациента», - говорит Фалво, директор отделения психологии поведения при Департаменте семейной медицины и сообщества в университете Южного Иллинойса в городе Карбондейл, штат Иллинойс, и автор «Эффективное обучение

пациента: Руководство для самообучения» (Gaithersburg, Md: Aspen, 1994). «Если что-то пойдет не так, пациент будет реже винить вас за отрицательный результат» [8, с. 21].

Таким образом, в качестве первой задачи по повышению уровня информированности пациента, может рассматриваться перечень вопросов, в соответствии с которыми пациент должен быть информирован.

Вторая задача — лицо, принимающее участие в информировании пациента — клиника, врач, средний медперсонал.

Третья задача, требующая решения — выбор эффективных инструментов информирования, обеспечивающих открытое и «полное» общение с пациентом.

Печатные материалы для обучения пациентов могут быть чрезвычайно полезным инструментом экономящим время, но они могут быть неэффективными или даже контрпродуктивными, если путают больного или противоречат тому, что говорится на приеме у врача. Следовательно, это неразумно — дать пациенту раздаточный материал, не ознакомившись с ним предварительно.

Вот сокращенный список рекомендаций, которые помогут специалисту отличить лучшие материалы для обучения пациентов от остальных. Они были разработаны с помощью Ли Мак Кинни, специального менеджера проектов отдела публикации AAFP, который курирует развитие здравоохранения AAFP [8, с. 23].

1. Доступность материала для понимания. Газеты и другие часто читаемые материалы написаны на уровне шестого-восьмого класса школы. Даже пациенты, которые читают на гораздо более высоком уровне, как правило, признательны за информацию, которая является простой и по существу.

2. Дизайн. Шрифт должен быть достаточно крупным. Необычные шрифты и длинные отрезки текста курсивом, прописные буквы следует избегать. Белое пространство (щедрые поля, пустые строки между разделами и т.д.) и подзаголовки облегчают восприятие. Выравнивания по правому краю, как правило, более читабельно, чем его отсутствие.

3. Иллюстрации. Иллюстрации помогут лучше понять людям с плохими навыками чтения и, как правило, легче запомнить, чем текст. Но плохая иллюстрация может сработать не в пользу обучающего процесса. Иллюстрации должны соответствовать словам и быть понятными без текста к нему. Иллюстрации должны быть простыми, подробная анатомическая схема не может быть столь же эффективна,

как простой рисунок. Иллюстрации должны быть репрезентативными для вашей целевой аудитории (пациентов).

4. Содержание. Прежде всего, информация должна быть точной, актуальной и соответствовать тому, чему специалист будет обучать. Кроме того, необходимо учитывать: ясна ли читателю польза данной информации? При каких условиях она более доступна: много деталей или слишком мало?

5. Спрос — информационное управление. Необходимо учитывать содержание в материалах конкретных рекомендаций, которые дают пациентам понять, когда они должны (и не должны) обратиться за помощью к врачу. Например, раздаточный материал по просвещению населения о гриппе и простуде будет включать в себя список симптомов, которые должны побудить пациента обратиться к врачу.

6. Баланс. Спросите себя, является ли содержимое допустимым с точки зрения различных культурных и религиозных взглядов. Является ли информация объективной, не затрагивает ли какие-то спорные вопросы, разъясняет ли положительные и отрицательные стороны процедуры?

7. Источник. Наконец, необходимо обратить внимание, как содержание материала пострадало от того, кто его выпускал. Акцентируйте свое внимание на том, кто финансировал выпуск материала, кто одобрил его и, имеют ли они коммерческий интерес в своем содержании. Если информация не защищена авторским правом, можно адаптировать содержание в соответствии с целями конкретного медицинского учреждения.

Выбор хорошего инструмента для просвещения пациентов важный момент для успеха программы управления спросом. Но так же важным является то, как инструмент используется. Распространение информации это достаточно не простой процесс. Как и когда пациент получает доступ к раздаточному материалу, что пациент узнает из него, и как это влияет на его поведение.

Предлагаются следующие советы для внедрения обучения пациентов врачами в своей практике:

- Ограниченное времени на приеме. Если больной спешит или чувствует себя дискомфортно, он не будет восприимчив к дополнительной информации. Возможно, придется полагаться на невербальные сигналы, чтобы оценить, насколько восприимчивы пациента. Врач также должен чувствовать то, что информация не вызывающая у него тревогу может серьезно (трагично) восприняться пациентом.

- Прицельное решение проблем пациента. Если пациент выражает беспокойство, страх перед диагнозом или процедурами

лечения, нужно осветить более подробно данные вопросы, прежде чем предоставлять любую письменную информацию.

- Лучше предоставить раздаточный материал для пациента самостоятельно (из рук в руки), если это возможно. В крайнем случае, необходимо объяснить пациенту, что материал выдаст помощник врача (медсестра, администратор).

- Приободрение пациента. Пациент должен знать как важно, что он прочитал информацию и понял ее. Врачебное одобрение является мощным стимулом для пациента.

- Выделяйте приоритеты. Исследования показали, что пациенты, как правило, помнят лишь небольшую часть того, что им говорят. Необходимо определить, что пациент знает, что пациент хочет знать и то, что пациент хочет знать уже сейчас.

- Необходимо прислушиваться к пациенту, понял ли он предоставленную информацию. Если пациент чувствует непонимание, волнение, лучше закончить прием, выдав минимальный объем информации для поддержания здоровья пациента, не нагружая пациента большим объемом непонятных для него сведений.

- Демонстрация заинтересованности в продолжении сотрудничества (лечения). Нужно быть осторожным, чтобы у пациент не сложилось ощущение, что раздаточный материал используется, чтобы упредить вопросы или свести к минимуму контакты с врачом. Пациент должен понимать, что врач открыт для него.

Наиболее распространенными раздаточными материалами обучения пациентов являются те, которые содержат медицинские рекомендации, разъяснения процедур, информацию по профилактике.

Необходимо понимать, какое действие могут оказать раздаточные материалы по тематике, подобные перечисленным ниже, на эффективность клиники и на качество медицинской помощи и обслуживания пациентов. Возможно, стоит собственными силами разработать один-два материала для информирования пациентов.

Ниже приведены примеры тем для раздаточных материалов, по образцу которых, можно выпустить свои собственные:

- Актуальные потребности;
- Своевременная доступность врачебной помощи;
- Роль среднего медицинского персонала;
- Доступность врачей в нерабочее время;
- Процедуры для школьного физического развития.

Хотя некоторые стратегии управления спросом требуют значительных финансовых инвестиций, программа управления спросом, построенная вокруг письменного раздаточного материала для

просвещения пациентов, находится в пределах досягаемости каждой врачебной практики.

Список литературы:

1. Барсукова Н., Голухов Г., Шиленко Ю. Бизнес-план вхождения в рынок медико-фармацевтических услуг и товаров. Мед. Газета, 1995.— № 68.— С. 8.
2. Боярский А.П., Чернова Т.В., Яхимович Н.П. Современное состояние здравоохранения по оценкам медицинских работников. Здравоохранение Российской Федерации, 1994.—№ 2.—С. 13-14.
3. Вопросы организации медицинской помощи. Медикал маркет., 1993.— № 9.—С. 46.
4. Новоселов В.П., Удальцова М.В., Полунина С.Ю.. Коммуникации в здравоохранении, Новосибирск, 2000. — 116 с.
5. Савчук О.П. О затратах на внедрение современных приемов рекламы, маркетинга и менеджмента при предоставлении платных медицинских услуг в бюджетных учреждениях здравоохранения. Экономика здравоохранения, 2002.—№ 3.— С. 23-26.
6. Столяров С.А. Рынок медицинских услуг: Некоторые его характеристики, проблемы и аспекты управления. Барнаул: Аз Бука, 2005. — 269 с.
7. Флек В.О., Кравченко Н.А, Черепанова И.Ф. и др. Инновационные технологии управления ресурсами в здравоохранении. М., 2001.— 137 с.
8. Peppers Don, Roberts Marta. The One—To— One Future (New York: Doubleday/Currency, 1993).
9. Washburn S. Managing the marketing functions: the challenge of customer—centered enterprise. New-York, 1988.— 243 с.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЕМ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ГЕНЕТИЧЕСКИ МОДИФИЦИРОВАННЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Сидоренко Дмитрий Викторович

студент 4 курса бакалавриата, НИУ ВШЭ — Пермь, г. Пермь

E-mail: Darthdmitrys@gmail.com

Шейна Марина Витальевна

канд. физ.-мат. наук, доцент, НИУ ВШЭ — Пермь, г. Пермь

E-mail: marina_cheina@mail.ru

Среди российских потребителей происходит изменение общественного мнения относительно вопроса об использовании генетически модифицированных организмов (ГМО) в пищевой промышленности. По данным опроса населения Российской Федерации за 2011 г. 81 % россиян в той или иной степени негативно относятся к распространению генетически модифицированных (ГМ) продуктов, тогда как в 2003 г. их доля составляла только 41 % [1]. Значительно возросшая доля потребителей, негативно настроенных по отношению к ГМО, указывает на существующее желание иметь возможность совершения осознанного выбора продуктов питания.

Согласно закону «О защите прав потребителей» производители пищевой продукции, использующие ГМО, обязаны информировать об этом потребителей, в том числе и посредством нанесения маркировки — информирующих надписей и маркировочных знаков — на упаковку продуктов питания. В данном контексте большое значение приобретает выбор потребителем стратегии поведения, которая выражается в том, будет ли он принимать во внимание информацию, нанесенную на упаковку продукта питания или нет, решая вопрос о его приобретении. Иными словами, является ли маркировка фактором спроса потребителя.

Помимо этого, выбор стратегии поведения потребителями также является одним из ключевых факторов в определении эффективности разделения рынков продуктов питания, содержащих ГМО и не содержащих ГМО, с помощью маркировки. Это, в свою очередь, влияет на формирующуюся рыночную ситуацию, в частности, на возможность возникновения рыночной ниши органических продуктов питания, а также на решение проблемы неблагоприятного отбора, наличие которой может привести к вытеснению с рынка производителей продуктов питания, не содержащих ГМО.

Проблема выбора потребителем стратегий поведения на рынках товаров и услуг имеет корни в поле формирования такого неформального института как потребительская культура. В контексте ГМО эта проблема интересовала исследователей разных стран. В ряде работ были описаны и изучены такие факторы выбора потребителем стратегий поведения на рынке пищевых продуктов как оценка уровня риска потребления ГМО [3], различные типы знания о ГМО [4], доверие источникам информации о ГМО [6], оценка насыщенности рынка ГМ продуктами [5]. Кроме того, М. Costa-Font и J.M. Gil было проанализировано влияние некоторых жизненных ценностей и ряда персональных характеристик на готовность покупать ГМ продукты [2].

В рамках представленного исследования была предпринята попытка объединить большую часть известных на данный момент факторов в единую модель, которая бы позволила объяснить формирование как выбора потребителем стратегии поведения, так и готовности покупать ГМ продукты, оценки уровня риска потребления ГМО и оценки добровольности потребления. Расширение модели данными параметрами призвано обеспечить более глубокое понимание различных аспектов потребительского поведения на данном рынке, а также дать возможность учитывать опосредованно влияющие на выбор стратегии поведения факторы.

Эмпирические данные для исследования были получены посредством анкетирования, проведенного в период с апреля по май 2012 г. Выборка состояла из студентов дневного отделения университетов г. Пермь, обучающихся в бакалавриате или на специалитете. Выборка была скорректирована на распределение по полу и по курсам для соответствия всей совокупности студентов дневных отделений университетов г. Пермь. В качестве эталонного распределения студентов по курсам было принято распределение в НИУ ВШЭ — Пермь, т. к. 85 % респондентов обучаются в данном ВУЗе. Итоговое количество наблюдений, составивших выборку, равно 269.

Стоит отметить, что данная выборка не является репрезентативной для всех категорий населения города Пермь. Все дальнейшие результаты и выводы могут быть отнесены только к группе потребителей, состоящей из студентов дневного отделения университетов города Пермь.

При построении модели, объясняющей выбор потребителем стратегии поведения, была использована бинарная логистическая регрессия, так как результирующая переменная является дихотомической. Для нахождения коэффициентов регрессии используется метод максимального правдоподобия. Принимаются такие значения

коэффициентов, которые минимизируют отрицательное двойное значение логарифма функции правдоподобия (-2LL).

$$Act_i = - 5.462 - 0.669 Sex_i + 1.641 WTB_i + 0.22 Risk\ perception_i + 0.621 Identification_i$$

где: Act_i — выбор стратегия поведения;

Sex_i — пол;

WTB_i — готовность покупать ГМ продукты питания;

$Risk\ perception_i$ — оценка уровня риска;

$Identification_i$ — оценка возможности идентифицировать ГМ продукт.

Все полученные значения коэффициентов уравнения Act значимы на уровне 95 % или более высоко. Достигнутое значение двойного обратного логарифма функции правдоподобия составляет 262,647. Коэффициент детерминации R^2 Найджелкерка равен 0,363. Как и в случае линейной регрессии коэффициент детерминации показывает объясненную моделью долю дисперсии зависимой переменной. Иными словами, 36,3 % дисперсии переменной «Выбор стратегии поведения» можно объяснить с помощью построенной модели.

Для получения функции вероятности выбора потребителем стратегии «Обращать внимание на маркировку» необходимо преобразовать уравнение Act . Результат представлен в уравнении (2). Т.к. возможны только два исхода события, то вероятность выбора потребителем стратегии «Не обращать внимание на маркировку» будет равна $1 - P_i(Act_i)$.

$$P_i(Act_i) = \frac{1}{1 + e^{-Act_i}} = \frac{1}{1 + e^{5.462 + 0.669 Sex_i - 1.641 WTB_i - 0.22 Risk\ perception_i - 0.621 Identification_i}}$$

где: Act_i — определяется из уравнения (1);

$P_i(Act_i)$ — вероятность выбора потребителем стратегии «Обращать внимание на маркировку».

Качество бинарной логистической модели определяется её предсказательной силой. Тестирование модели определило, что общий процент корректно предсказанных значений составляет 75,8%. Было верно предсказано 213 результатов из 269. При этом в ходе проверки было установлено, что ошибок второго рода наблюдалось больше, чем ошибок первого рода. То есть, следует ожидать большей доли неверных предсказаний стратегии «Обращать внимание на маркировку», чем стратегии «Не обращать внимание на маркировку».

В модель также были включены уравнения регрессии, объясняющие формирование готовности покупать ГМ продукты (3), оценки потребителем уровня риска потребления ГМО (4), оценки потребителем добровольности потребления (5). Для получения данных уравнений регрессии была применена множественная линейная регрессия с использованием метода наименьших квадратов.

$$WTB_i = 1.187 - 0.147 Sex_i + 0.131 Risk\ perception_i + \varepsilon_i$$

где: WTB_i — готовность покупать ГМ продукты питания;

Sex_i — пол;

$Risk\ perception_i$ — оценка уровня риска.

Рассчитанные коэффициенты уравнения WTB значимы на уровне 95 % для переменной Sex и 99 % для константы и переменной $Risk\ perception$. Скорректированный коэффициент детерминации равен 0.303, т. е. 30,3 % дисперсии параметра «Готовность покупать ГМ продукты питания» могут быть объяснены моделью.

$$Risk\ perception_i = 9.570 - 0.594 Sex_i - 0.453 Obj.knowledge_i + 1.322$$

$$Env_i - 0.914 Health_i - 0.4 PBC_i + \varepsilon_i$$

где: $Risk\ perception_i$ — оценка уровня риска;

Sex_i — пол;

$Obj.knowledge_i$ — уровень объективного знания;

Env_i — отношение к окружающей среде;

$Health_i$ — отношение к своему здоровью;

PBC_i — оценка добровольности потребления.

Все коэффициенты регрессионного уравнения $Risk\ perception$ являются значимыми на уровне 99 %. Модель позволяет объяснить 43,9 % дисперсии зависимой переменной.

$$PBC_i = - 0.706 + 0.082 Age_i + 0.153 Identification_i + 0.182 Ind.reliability_i + 0.251 Availability_i + \varepsilon_i$$

где: PBC_i — оценка добровольности потребления;

Age_i — возраст;

$Identification_i$ — оценка возможности идентифицировать ГМ продукт;

$Ind.reliability_i$ — доверие информации о содержании ГМО в продукте;

$Availability_i$ — оценка насыщенности рынка ГМ продуктами.

Коэффициенты при переменных регрессионного уравнения РВС значимы на уровне 99 %, за исключением переменной Age, которая значима на уровне 95 %, и константы. Константа является не значимой, однако так как она способствует выполнению условия о несмещенности оценок, модель с константой является более предпочтительной. Значение скорректированного коэффициента детерминации равно 0,279.

Поскольку показатели выполнения условий Гаусса-Маркова для уравнений (3)—(5) крайне близки, то дальнейшие выводы справедливы для каждой из них. Математическое ожидание остатков равно нулю. Остатки имеют нормальное распределение $\varepsilon_i \sim N(0, 1)$. Наблюдается гетероскедастичность, так как дисперсия остатков не постоянна. Автокорреляция остатков отсутствует, на что указывает значение статистики Дарбина-Уотсона близкое к 2. Мультиколлинеарность между переменными в каждой модели отсутствует. Несмотря на то, что из-за нарушения условия о гомоскедастичности оценки не являются эффективными, то есть не имеют наименьшей дисперсии по сравнению с другими оценками, они остаются состоятельными и несмещенными.

Таким образом, на основании анализа построенной модели были получены следующие результаты и сделаны соответствующие выводы:

- На выбор потребителем, принадлежащим к группе студентов дневных отделений, стратегии «Обращать внимание на маркировку» положительное влияние оказывают такие факторы как большая готовность потреблять ГМ продукты, меньшая оценка потребителем уровня риска потребления ГМО и большая оценка потребителем возможности идентифицировать ГМ продукты. И, наоборот, для стратегии «Не обращать внимание на маркировку». Кроме того, значимым фактором является половая принадлежность — студентки чаще выбирают стратегию «Обращать внимание на маркировку», чем студенты-юноши. Для 66 % пермских студентов дневных отделений маркировка, указывающая на наличие или отсутствие ГМО в продукте, в той или иной степени является фактором спроса, тогда как 34 % предпочитают выбирать альтернативную стратегию поведения.

- Готовность покупать ГМ продукты представляет собой намерение, которое формируется на основе оценки уровня риска потребления ГМО. Таким образом, оценка уровня риска имеет как непосредственное влияние на выбор стратегии поведения, так и опосредованное готовностью покупать ГМ продукты. Чем ниже оценка уровня риска потребления ГМО, тем выше у потребителей готовность покупать ГМ продукты. Опрошенная совокупность пермских студентов

дневных отделений характеризуется низкой готовностью покупать ГМ продукты питания.

- Основными факторами, снижающими оценку потребителем уровня риска потребления ГМО, являются более бережное отношение к окружающей среде и к собственному здоровью, более высокая оценка добровольности потребления ГМ продуктов, более высокий уровень объективного знания, то есть реальный уровень знания потребителя о ГМО. Значение имеет также половая принадлежность — студентки выше оценивают уровень риска потребления ГМО, чем студенты-юноши. В целом для пермских студентов дневных отделений характерна тенденция оценивать уровень риска потребления ГМО как высокий.

- Половая принадлежность влияет на три основных параметра модели: оценку уровня риска потребления ГМО, готовность покупать ГМ продукты и выбор стратегии поведения. По сравнению со студентами, пермские студентки дневных отделений отличаются меньшей готовностью покупать ГМ продукты, склонны оценивать ГМ продукты как характеризующиеся более высоким уровнем риска, а кроме того с большей частотой обращают внимание на маркировку продуктов питания.

- Более высокая оценка добровольности потребления формируется за счет следующих факторов: большее доверие информации о содержании ГМО в продукте, более высокая оценка возможности идентифицировать ГМ продукты и более низкая оценка насыщенности рынка ГМ продуктами. Помимо этого, выявлена отрицательная связь возраста с уровнем оценки добровольности потребления ГМ продуктов. Пермские студенты дневных отделений характеризуются склонностью оценивать характер потребления ГМ продуктов как недобровольный.

- Субъективное знание пермских студентов дневных отделений, то есть то, как они оценивают свои знания о ГМО, не влияет ни на один из ключевых параметров модели. Уровни субъективного и объективного знания о ГМО слабо взаимосвязаны между собой. Имеется лишь очень слабая тенденция соответствия между тем, как потребитель оценивает свои знания о ГМО, и их реальным уровнем.

- Уровень дохода пермских студентов дневных отделений не связан с оценкой ими уровня риска потребления ГМО, готовностью покупать ГМ продукты, выбором стратегии поведения или каким-либо другим параметром модели.

- Доверие источникам информации не влияет на оценку пермскими студентами дневных отделений уровня риска потребления ГМО. Учитывая, что оценка уровня риска зависит от объективного

знания, то повышение уровня информированности пермских студентов о биотехнологиях, наличие корректной информации о технологии генной инженерии и регулировании оборота ГМ продуктов в России может привести к снижению оценки уровня риска потребления ГМО независимо от того, из какого источника данная информация была получена.

Построенная модель позволяет предсказывать вероятность выбора определенной стратегии для каждого потребителя и может быть применена на практике для анализа ситуации на рынке продуктов питания, а также для определения способов, позволяющих воздействовать на выбор потребителем стратегии поведения. Она может быть использована производителями и продавцами продуктов питания для определения роли ГМО в формировании спроса; некоммерческими организациями и потребительскими ассоциациями, такими, как, например, Гринпис или Друзья Земли, для оценки влияния предоставляемой ими информации на выбор потребителем стратегии поведения на рынке продуктов питания. Также она может быть полезна государственным органам при выработке политики, направленной на повышение эффективности государственных мер регулирования обращения продуктов питания, содержащих ГМО, с целью обеспечения права потребителей на выбор товаров сообразно своим предпочтениям.

Список литературы:

1. Россияне против ГМО // Аналитический центр Юрия Левады «Левада-центр» [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.levada.ru/06-07-2011/rossiyane-protiv-gmo> (дата обращения 26.05.2012 г.)
2. Costa-Font M., Gil M. J. Consumer acceptance of genetically modified food (GM) in Spain: A structural equation approach // *Risk Management* (2008) 10, P. 194 — 204.
3. Costa-Font M. et al. Consumer acceptance, valuation of and attitudes towards genetically modified food: Review and implications for food policy / M. Costa-Font, J.M. Gil, W.B. Traill // *Food Policy* 33 (2008) P. 99—111.
4. Klerck D., Sweeney J.C. The Effect of Knowledge Types on Consumer-Perceived Risk and Adoption of Genetically Modified Foods // *Psychology & Marketing*, Vol. 24(2): P. 171—193. (February 2007)
5. Knight A.J. Perceptions, Knowledge and ethical concerns with GM foods and the GM process // *Public Understanding of Science* 18 (2009) P. 177—188.
6. Moon W., Balasubramanian S.K. Public Attitudes toward Agrobiotechnology: The Mediating Role of Risk Perceptions on the Impact of Trust, Awareness, and Outrage // *Review of Agricultural Economics*, Vol. 26, No. 2 (Summer, 2004), P. 186-208.

СЕКЦИЯ 6.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

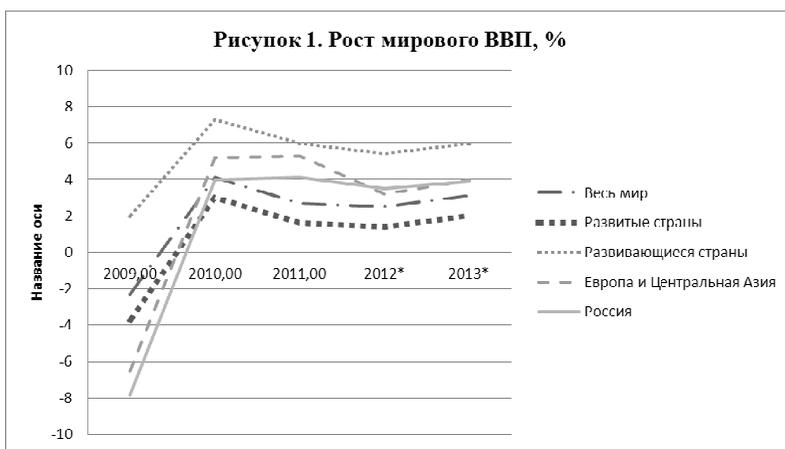
РОЛЬ РОССИИ НА МИРОВОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ, И В ЕВРОЗИЙСКОМ РЕГИОНЕ

Вольвач Евгения Александровна

*аспирант, Балтийский институт экономики и финансов,
г. Калининград*

Email: yolvatch@mail.ru

Мировая экономика, несмотря на все имеющиеся проблемы, в настоящее время развивается довольно высокими темпами. В 2010 году мировая экономика вышла из самого глубокого за последние десятилетия экономического кризиса. В кризисном 2009 году падение мирового ВВП составило 2,3 %, а в 2010 году мировой ВВП вырос на 4,1 % — это один из самых высоких приростов мировой экономики за последние годы (третий показатель за последние двадцать лет). Однако уже в 2011 году рост мирового ВВП составил лишь 2,7%. В 2012-м ООН прогнозирует дальнейшее замедление: рост мирового ВВП составит 2,5%. Рис 1. [1; 2]



В странах с формирующимся рынком и развивающихся странах темпы роста, напротив, снизились больше, чем прогнозировалось (рис.1), возможно, вследствие большего, чем ожидалось, воздействия ужесточения макроэкономической политики или ослабления базовой динамики роста.

По прогнозам, в 2012 году темп прироста мирового ВВП составит 2,5%. Таким образом, экономический рост России окажется ниже среднемировых значений и, соответственно, доля России в мировой экономике не возрастет, а останется на прежнем уровне 6%. Рис.2



В 2012 году Россия остается шестой экономикой мира.

В мировой финансовой системе в 2010—2011 гг. произошли большие изменения.

Мир вступил в полосу консолидации крупнейших инфраструктурных организаций мирового фондового рынка и создания глобальных бирж. Завершена сделка по слиянию NYSE-Euronext, в процессе формирования альянсы NASDAQ-OMX, Итальянской биржи и LSE.

Не остаются в стороне от этого процесса и страны СНГ. OMX приобретает первую биржу на территории СНГ — Армянскую фондовую биржу и входит в капитал Национального депозитария Армении. Такие гиганты как LSE и DB активно привлекают российских эмитентов на свои площадки. Наметился выход наших компаний и на азиатские рынки: стало известно, что Газпром планирует разместить свои акции на Шанхайской фондовой бирже.

По этой причине, сейчас активно обсуждается проблема выживания российских бирж в условиях конкуренции с западными гигантами.

Российские биржи имеют хорошую возможность найти достойное место на мировом финансовом пространстве, в случае успешного реализации проекта по созданию в г. Москве Международного финансового центра. Практика показывает, что успехи в развитии

экономики в сочетании с развитым национальным фондовым рынком, позволяют через крупнейшие международные финансовые институты привлечь в страну значительные инвестиции, что дает возможность закрепить наметившиеся позитивные результаты грамотной экономической политики правительства.

Надо сказать, что у России достаточно ресурсов и активов, которые уже сейчас позволяют обеспечить формирование одного из наиболее ликвидных рынков в мире.

На сегодняшний день в мире существует около двухсот фондовых бирж. Можно утверждать, что фондовые биржи являются показателем и регулятором состояния экономики. Из 200 существующих бирж наиболее влиятельными являются 20 фондовых бирж с учетом рыночной капитализации, рассчитанной в триллионах долларов США. Как правило, биржи, вошедшие в крупнейшую 20-ку, находятся в странах, которые в средние века имели активное экономическое развитие и сохранили свой потенциал до наших дней.

Так, например, в США действует 13 фондовых бирж, в числе которых крупнейшая в мире биржа NYSE Euronext — Нью-Йоркская фондовая биржа, объединившаяся в 2007 году с Европейской фондовой биржей, а также внебиржевой рынок акций высокотехнологичных компаний NASDAQ, который является вторым по степени влиятельности. Эти фондовые биржи по праву считаются символами финансового могущества и занимают первые лидерские позиции по объему капитализации.

Европа вошла в список, благодаря Франкфуртской фондовой бирже, концерну Nordic Stock Exchange Group OMX, Швейцарской бирже SWX, а также Мадридской и Миланской (Итальянской) фондовым биржам. Франкфуртская биржа считается одной из крупнейших и старейших в мире бирж. История этой биржи началась еще в 1585 году, вследствие принятия обменных курсов валют. В Германии эта биржа считается самой влиятельной с 1949 года.

История российской фондовой биржи началась в начале XVIII века. Однако Октябрьская Революция перечеркнула весь накопленный опыт. Поэтому, зарождение фондовой биржи в России началось только в 1993—1994 годах.

Сегодня, объем торгов на российском фондовом рынке составляет свыше 60 % фондового рынка стран СНГ и Центральной и Восточной Европы

ФБ ММВБ входит в число 25-ти ведущих фондовых бирж мира. В таблице 3 представлен объем торгов и число эмитентов в январе-феврале 2010 года.

Таблица 3.

**Объем торгов акциями и число эмитентов
январе-феврале 2010 года**

№ пп	Биржа	Млрд. долл.	Число эмитентов
1	NASDAQ	4816,57	2560
2	NYSE Euronext (US)	2846,8	1819
3	Tokyo SE	660,26	2311
4	Shanghai SE	634,49	874
5	London SE	465,01	2153
6	Shenzhen SE	421,99	901
7	NYSE Euronext (Europe)	354,54	988
8	Deutsche Börse	316,17	699
9	BME Spanish Exchanges	273,44	3398
10	Korea Exchange	265,17	1787
11	Hong Kong Exchanges	244,37	1314
12	TSX Group	186,99	3664
13	Australian SE	177,34	1877
14	Borsa Italiana	152,21	290
15	SIX Swiss Exchange	151,24	273
16	NASDAQ OMX Nordic Exchange	138,10	763
17	Taiwan SE Corp.	135,15	741
18	BM&FBOVESPA	128,31	369
19	National Stock Exchange India	126,22	1461
20	Istanbul SE	76,32	317
21	ФБ ММВБ	64,01	235
22	Johannesburg SE	62,25	351
23	Oslo Bors	55,34	188
24	Singapore Exchange	43,67	462
25	Bombay SE	43,26	4970

Источник World Federation of Exchanges

В 2011 году треть общей капитализации фондового рынка в мире составляла рынок США, при этом за последнее время его доля резко увеличилась. Из 11 крупнейших стран по рыночной капитализации после США, только в Великобритании и Гонконге произошло увеличение капитализации в 2011 году.

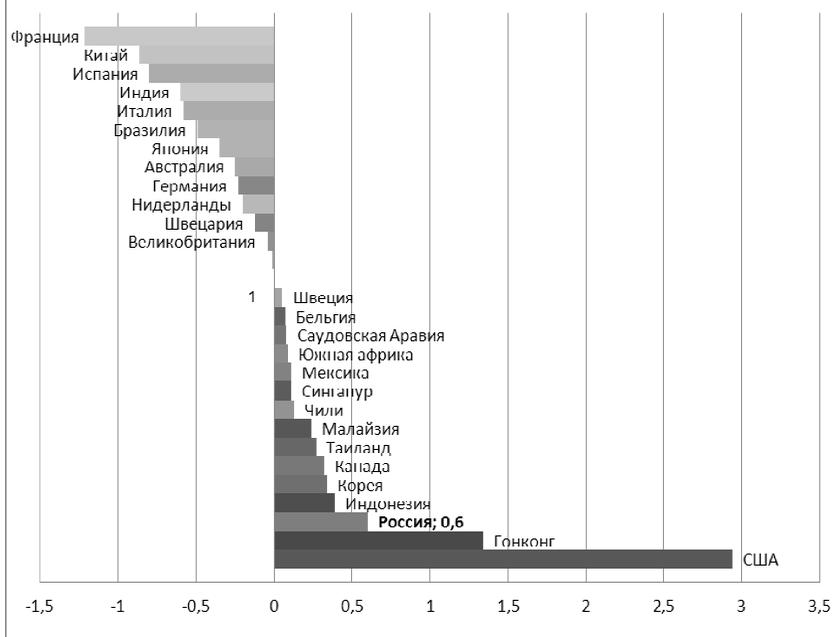
По состоянию на 2012 год, Россия занимает 14 место в мире по объему капитализации фондового рынка. (Таблица 4) При этом за последние три года, доля России увеличилась на 0,6 %, уступив место только США и Гонконгу (Рис.3).

Таблица 4.
Капитализация фондового рынка стран ТОП-20

Место в мире	Страна	Капитализация, млн.\$	Доля от мировой капитализации за 2009 год	Доля от мировой капитализации за 2010 год	Доля от мировой капитализации за 2011 год	Изменение
	Весь мир	52466373	100	100	100	0
1	США	15559765	29,92	29,68	32,86	2,94
2	Япония	4013490	7,59	7,69	7,24	-0,35
3	Великобритания	3389874	6,47	6,42	6,43	-0,04
4	Китай	3813920	7,15	7,23	6,29	-0,86
5	Гонконг	2579378	4,93	4,78	6,27	1,34
6	Канада	2104890	3,5	4,04	3,82	0,32
7	Франция	1796545	4,13	3,38	2,92	-1,21
8	Германия	1515063	2,98	2,89	2,75	-0,23
9	Австралия	1463179	2,73	2,85	2,48	-0,25
10	Бразилия	1457790	2,89	2,78	2,4	-0,49
11	Швейцария	1193428	2,34	2,31	2,22	-0,12
12	Индия	1628673	2,82	3,13	2,22	-0,6
13	Корея	1098158	1,79	2,07	2,13	0,34
14	Россия	691005	1,02	1,33	1,62	0,6
15	Тайвань	921883	1,57	1,77	1,57	0
16	Сингапур	586722	0,97	1,11	1,08	0,11
17	Швеция	604253	0,98	1,15	1,03	0,05
18	Южная африка	532890	0,87	1,03	0,96	0,09
19	Италия	604901	1,49	1,15	0,91	-0,58
20	Испания	630181	1,71	1,22	0,91	-0,8

*Источник: Changes in Share of World Market Cap. 11.05.2012,
www/bespokeinvest.com*

Рисунок 3. Изменение капитализации рынка за период 2009-2011 года, %



Чтобы удержать позиции ФБ ММВБ в ТОП-20 фондового рынка, Группа ММВБ мобилизовала свои возможности финансового супермаркета. Лидирующие позиции нашего фондового рынка были обеспечены путем комплексного использования инструментов и участников смежных рынков: валютного, денежного, госбумаг и рынка производных финансовых инструментов.

Обеспечивая самодостаточность своего внутреннего рынка, Россия становится привлекательной точкой входа для международных инвесторов.

Приход на национальный рынок денег со стороны нерезидентов является обязательным элементом конкурентной борьбы. Пришедшие на наш рынок дочки институтов глобального рынка (Merrill Lynch, Goldman Sachs, Morgan Stanley, UBS и других) «затягивают» иностранные портфельные инвестиции на национальные рынки, «продвигают» российских эмитентов среди зарубежных инвесторов.

Доля инвесторов-нерезидентов в оборотах на фондовом рынке ММВБ постоянно растет (35 % в октябре 2011 г.). Даже в условиях международного кризиса ликвидности положительное сальдо операций нерезидентов на рынке Акции, то есть чистый приток иностранных инвестиций, в сентябре-октябре 2011 г. составлял 1.5—2 млрд. долл. в месяц.

Обратная сторона глобализации - это то, что мы видели в августе — сентябре 2011 года, и наблюдаем сейчас, начиная с мая 2012 года. Отток капитала, кризис ликвидности, сильные колебания и значительный рост процентных ставок.

Рынок IPO акций российских компаний на этом фоне демонстрирует удивительную устойчивость (размещений в IV квартале 2011 года по-прежнему больше, чем в IV квартале спокойного 2006 г.).

Для размещения на рынке облигаций российских компаний и в России и за рубежом наблюдаются тяжелые времена (мы видим существенное сокращение числа и объемов размещений). В сентябре 2011 года двумя компаниями на внутреннем рынке (то есть на ФБ ММВБ) было привлечено всего 140 млн. в долларовом эквиваленте. В октябре 2011, рынок уже начал восстанавливаться и объем размещений шести компаний превысил 800 млн. долл. На докризисный уровень — около 20 размещений на сумму свыше 2 млрд. долл. в месяц рынок пока еще не вышел.

Но это плата за открытость, и при спокойном результате по итогам кризиса (без дефолтов долговых обязательств) отличная возможность многократно компенсировать эти потери.

По словам Потемкина А.И., вице-президента ММВБ, на российском фондовом рынке в ближайшее время будут развиваться новые инструменты, которые в полной мере отражают вовлечение России в процессы глобализации. Запуск Российских депозитарных расписок (РДР) и иностранных ценных бумаг обозначают возможность прихода на российский рынок иностранных эмитентов, а запуск биржевых облигаций и структурированных продуктов долгового рынка и рынка деривативов, продиктованы желанием увидеть на российском биржевом рынке инструменты, которые успешно освоены на мировом рынке. В частности, биржевые облигации — это аналог иностранных коммерческих бумаг, оборот которых на мировом рынке достигает почти 3 трлн. долл.

Основополагающим вопросом на сегодняшний день, для Российского фондового рынка является сотрудничество бирж из стран СНГ. Культурная общность, развитые экономические связи, добрососедские

отношения — хорошая база для сотрудничества со странами СНГ по этим вопросам.

Позиция России, в вопросе интеграции фондовых бирж стран СНГ, может быть следующей: ММВБ может выступать активным партнером заинтересованных в формировании интегрированного фондового рынка в рамках СНГ бирж; а так же оказывать содействие в передаче биржевых технологий и соответствующих ИТ продуктов. При этом привлечение крупных эмитентов из стран СНГ на российский рынок должно рассматриваться в увязке с содействием развития вторичного рынка акций на местных биржах.

В рамках такого сотрудничества в отдельных случаях может быть рассмотрена возможность и миноритарного участия ММВБ в капиталах этих бирж. Но при этом важно понимать, что биржи из стран СНГ сформировали собственную приемлемую для них и жизнеспособную стратегию развития рынка.

В целом надо отметить, что Москва может претендовать на позиции международного финансового центра при активном содействии в развитии фондового рынка в странах СНГ.

Список литературы:

1. Доклад ООН «Мировое экономическое положение и перспективы, 2012 год»
2. Доклад «Россия и мир 2012 — экономика и внешняя политика». Ежегодный прогноз. Учреждение Российской академии наук, институт мировой экономики и международных отношений РАН, Руководители проекта: А.А. Дынкин, В.Г. Барановский, Москва, 2011
3. Шведов Д. С. Последствия мирового финансового кризиса для мирового и российского финансовых рынков [текст] / Д.С. Шведов // Финансы и кредит. 2009. № 12. — С. 75—78;
4. Edison H.J., Warnock F.E. A simple measure of the intensity of capital controls.// *Journal of Empirical Finance*. -2003.-№ 10.-P. 81—103.
5. Chin M.D., Ito H. A new measure of financial openness.// *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*.— 2007. — № 10.-P. 309—322.
6. Levin R. Finance and growth: Theory and evidence // Working paper 10766 / September 2004 / National bureau of economic research / P. 1 [Http://www.nber.org](http://www.nber.org)
7. Lane P.R., Milesi-Ferretti G. M. The external wealth of nations mark II: Revised and extended estimates of foreign assets and liabilities, 1970—2004. // *Journal of International Economics*.— 2007. — № 73.

ВКЛЮЧЕНИЕ РОССИЙСКИХ ФАКТОРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ В МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ СВЯЗИ

Кулашко Максим Геннадьевич

*аспирант, Уральский государственный экономический университет,
г. Екатеринбург,
E-mail: mkul2006@rambler.ru*

Большинство людей во все времена были склонны к объединению со своими единомышленниками для решения глобальных задач, с которыми в одиночку не могли справиться. Факторинговый бизнес — не исключение, и в настоящее время существует немало ассоциаций, в том числе и международных, деятельность которых направлена на развитие самой отрасли и на помощь членам ассоциации.

Международные факторинговые ассоциации выполняют функцию площадок-посредников, не участвующих в торговых сделках, но определяющих правила и предоставляющие условия для их осуществления. Ключевая компетенция международных ассоциаций — реализация двухфакторной модели международного факторинга, при которой один из Факторов принимает на себя риск неоплаты товара покупателем, а другой осуществляет финансирование поставщика.

1. **International Factors Group (IFG)**

Первая ассоциация, объединяющая компании из разных стран, занимающиеся факторингом начала свою деятельность почти одновременно с появления самого факторинга в Европе — в 1963 году. **International Factors Group (IFG)** — старейшая и уважаемая международная ассоциация, деятельность которой сосредоточена в области организации проведения международных факторинговых операций для различных компаний по всему миру. IFG на сегодняшний день объединяет более 150 компаний из 50 стран мира.

Изначально, миссия IFG заключалась в оказании помощи факторинговым компаниям в проведении международных сделок, сегодня эта схема называется 2-х факторная модель. Схема, предложенная в начале пути, претерпела огромные изменения за последние годы и продолжает меняться по сей день. Рост промышленности, в сочетании с недавней эволюцией в сторону assets based landing создает новые трудности в финансировании международной торговли, которые выходят за рамки 2-х факторной схемы.

IFG оказывает поддержку своим участникам в реализации экспортного и импортного факторинга в рамках двухфакторной модели, а также направляет свои усилия на глобальное развитие факторинга и

торгового финансирования. Ключевыми компетенциями IFG на сегодняшний день являются:

- повышение качества подготовки специалистов как внутреннего, так и международного факторинга;
- развитие технологических платформ факторинговых операций;
- совершенствование инструментария и практики риск-менеджмента факторинга;
- информационно-аналитическая поддержка участников ассоциации в вопросах национальных и международных правовых норм, регулирующих факторинговые операции.

С 2002 года ключевыми направлениями деятельности IFG стали образовательные проекты и проведение международных мероприятий для Факторов из разных стран, а также информационный обмен между участниками факторинговой отрасли по всему миру.

IFG активно взаимодействует с крупнейшими национальными факторинговыми ассоциациями — Asset Based Finance Association в Великобритании и Commercial Finance Association в США, а также с Европейским инвестиционным фондом. IFG имеет региональные представительства в Азии, Восточной Европе, на Ближнем Востоке и в Африке, в Латинской Америке.

IFG имеет такие важные комитеты как: ИТ-технологии, образование, юриспруденция, маркетинг и развитие. Ассоциация в последнее время активно развивает восточноевропейское и азиатское направление деятельности, привлекая к работе новых партнеров и спонсоров.

Главное, что дает членство в этой Ассоциации — полностью структурированные внутренние правила осуществления двухфакторных схем торгового финансирования, которых строго придерживаются все члены Ассоциации, несмотря на то, что география участников очень широкая. Гибкая система ценообразования дает возможность всем членам IFG определять эффективные конкурентные цены на свои услуги. Кроме того, современные каналы связи позволяют членам Ассоциации общаться друг с другом, обмениваться опытом и информацией в режиме реального времени.

В рамках своей деятельности IFG оказывает также ряд дополнительных услуг. Например, прямой экспортный факторинг. Также организация предлагает специалистам отрасли самые разнообразные образовательные программы, проводит международные встречи и семинары по обмену опытом, организует стажировки молодых специалистов в ведущих факторинговых компаниях мира.

2. **Factors Chain International (FCI)**

Крупнейшая по числу членом международная ассоциация — **Factors Chain International (FCI)**. Ассоциация образовалась в 1968 году и в настоящее время представляет глобальную факторинговую сеть, объединяющую 254 фактора из 69 стран, формирующих более чем 80% оборота международного факторинга в мире [4].

Помимо факторинговых компаний и банков, это провайдеры услуг для факторинговой отрасли, аутсорсинг-компании. В ассоциации предусмотрено несколько статусов членства.

Членами IFG являются шесть российских Факторов: Национальная факторинговая компания, компания ФакторРус, Металлинвестбанк, Русская факторинговая компания, ВТБ Факторинг, ФК «ПОЛИТЕКС».

Концепция FCI построена на совмещении локального опыта и гибкости подхода. Каждая страна работает по-своему, с учетом местных обычаев делового оборота и культуры, к которым добавляются возможности осуществления международной торговли с использованием факторинга. При этом каждый член FCI при осуществлении международных факторинговых операций использует стандартную схему и обязуется следовать единым для всех стран правилам.

В момент создания FCI факторинг был доступен только в США, Великобритании и некоторых странах Европы, международные факторинговые операции осуществлялись бессистемно, их объем был невелик. Члены-учредители FCI видели потенциал для международного факторинга и объединились для решения двух ключевых задач:

1. Внедрить факторинг в деловой оборот тех стран, где услуга была не доступна.
2. Создать нормативно-правовую основу для международных факторинговых операций, которые позволили бы установить надежный контакт экспортеров и импортеров из разных стран.

К каждому члену FCI предъявляются строгие требования в плане финансовой устойчивости, качества услуг и рыночной активности. Членами FCI могут быть только факторинговые компании и банки.

В 2003 году на нее приходилось 47,8 % рынка внутреннего факторинга и 63,9 % рынка международного факторинга. Основной целью FCI является содействие развитию международной торговли посредством развития факторинга и связанных с ним финансовых услуг. Ассоциация активно помогает своим членам в достижении конкурентного преимущества на международном рынке услуг торгового финансирования (начиная от стандартизации всех процедур и программ для подготовки кадров и заканчивая надежной правовой защитой) [6].

Рост объемов рынка сопровождался и развитием законодательной базы как на национальном, так и на международном уровне. Основным документом, который содержит определение понятия международного факторинга, является Конвенция УНИДРУА «О международном факторинге» (UNIDROIT Convention on International Factoring). 31 января 2002 года Генеральная Ассамблея ООН приняла резолюцию № 56/81 о регулировании переуступки дебиторской задолженности в международной торговле. Деятельность в рамках международного факторинга также регулируется «Правилами международной факторинговой деятельности» (GRIF — General Rules for International Factoring), которые приняты членами FCI и IFG [3].

К внутренним и региональным объединениям Факторов можно отнести: Ассоциацию Факторов и Дискаунтеров, Восточно-Европейскую Ассоциацию, Ассоциацию Факторинговых Компаний.

В целях стимулирования развития факторинга на территории Восточной Европы и обеспечения интересов факторинговых компаний в данном регионе в 2001 году была создана Восточно-Европейская Факторинговая Ассоциация (ВЕФА). У относительно молодой ассоциации не так много участников, но в ней представлены компании из России, Украины, Казахстана. Инициатором создания этой ассоциации выступила «Национальная Факторинговая Компания». Основными целями и задачами ВЕФА видит: содействие развитию международного факторинга в странах СНГ и Восточной Европы, содействие участникам ассоциации в развитие их факторингового бизнеса и осуществление образовательных мероприятий (семинары, конференции, круглые столы). С момента образования ВЕФА провела восемь международных факторинговых конференций, в которых приняли участие более 500 представителей факторинговых компаний из 35 стран мира.

Ассоциация факторинговых компаний — создана в 2007 году в Москве как профессиональное общественное объединение участников российского рынка факторинга. Деятельность АФК направлена на формирование единых принципов и подходов к осуществлению факторинговых операций в России, включая методологические, нормативно-правовые и этические основы факторингового бизнеса.

АФК объединяет банки и факторинговые компании с совокупным оборотом по факторингу свыше 250 млрд. рублей (52 % рынка, данные на 01.01.2011 г.), члены АФК предоставляют факторинговые услуги в 63 городах России. В числе участников АФК — Банк НФК, Промсвязьбанк, Металлинвестбанк, банк Петрокоммерц, ЮниКредит Банк, Кредит Европа Банк, компания БСЖВ Факторинг, компания ФакторРус, банк Возрождение, Русская факторинговая компания.

АФК является членом Торгово-промышленной палаты РФ, партнером Ассоциации российских банков, «Деловой России», ОПОРА России, входит в общественные советы при органах государственной власти и деловых объединениях в области финансов и торговли.

Ассоциация факторинговых компаний открыта для вступления новых членов, а также для сотрудничества с отраслевыми ассоциациями, союзами и профессиональными объединениями.

Вступление в любую ассоциацию — дело сугубо добровольное. Необходимо понимать, что помимо серьезной имиджевой составляющей (что при работе с крупными клиентами может иметь очень важное значение) членство в международных факторинговых ассоциациях несет ряд неоспоримых преимуществ. Факторинг в России еще достаточно молодой продукт сам по себе, развитие же международного факторинга в России находится вообще в зачаточном состоянии. Доля международного факторинга по последним данным не превышает 1 % от общего оборота этого рынка, в то время как в странах Европы данный показатель составляет 10—15 %. Не эффективно «изобретать велосипед», когда можно перенять западный опыт и возможно даже привести полезные изменения, что может дать серьезный толчок в развитие бизнеса.

По мнению ряда экспертов, чтобы серьезно заниматься международным факторингом, российским компаниям необходимо быть членом как минимум одной из двух крупнейших ассоциаций (IFG или FCI). И дело тут вот в чем: вступая в ассоциацию, факторинговая компания использует уже разработанные детально формализованные правила проведения международных факторинговых сделок, а так же получает доступ к надежной системе оперативных электронных сообщений между другими факторами-участниками. Кроме того, чрезвычайно важно, чтобы организации, занимающиеся схожими видами деятельности, объединяли свои усилия с целью не только минимизировать возможные последствия мирового финансового кризиса, но и нашли положительные моменты от его последствий для дальнейшего развития [2].

Для примера можно рассмотреть положительные факторы, влияющие на возможности развития международного факторинга при членстве в ассоциации «International Factors Group»:

1. Ассоциация предоставляет своим членам доступ к актуальной информации о поставщиках и покупателях, позволяет тем самым оценивать и решать возникающие проблемы максимально объективно и рационально и защитить свой бизнес от рисков со стороны недобросовестных дебиторов.

2. Оказывает содействие в решении проблем взыскания дебиторской задолженности за пределами Российской Федерации.

3. Предоставляет возможность проведения обучения сотрудников компаний, основанного на высочайших стандартах международного факторинга. А участие в различных программах обучения, организуемых на базе IFG, несомненно, будет способствовать успешному ведению бизнеса.

4. Содействует в приобретении новых контактов с экспорт и импорт-факторами.

5. Предлагает помощь в организации специальных программ продвижения факторинговых услуг на рынке в конкретных клиентских сегментах

6. Открывает доступ к различной полезной информации: получение результатов исследования мирового рынка факторинга, статистических и аналитических данных, изучение мирового опыта для эффективного ведения бизнеса.

Благодаря членству в международной факторинговой ассоциации появляется реальная возможность улучшить качество обслуживания благодаря опробованным новым возможностям. Использование наиболее успешных практик ведения факторингового бизнеса иностранных компаний, возможность общения с иностранными коллегами, обсуждения общих проблем, обмена опытом, знаниями, а также контакты с экспертами факторингового рынка — несомненно принесет ощутимую пользу серьезному фактору [1, с. 163].

Польза от участия в ассоциациях несомненно есть, вопрос правда возникает в ее стоимости. Затраты на членство компенсируются доходом по международным факторинговым операциями при выполнении следующих условий:

1. участник рынка обладает соответствующей инфраструктурой для оказания услуг по импортному факторингу (это услуги по оценке платежеспособности российских импортеров, управлению дебиторской задолженностью и покрытию кредитного риска, оказываемая зарубежным факторинговым компаниям)

2. умеет работать по экспортному факторингу (продукт предназначен для факторингового обслуживания экспортных поставок из России).

С точки зрения фактора, плюсы вполне очевидны, а с точки зрения клиента — они не являются таковыми. Вступление в эти ассоциации скорее имиджевый ход, абсолютно не подтверждающий клиенту о высоких компетенциях фактора — члена ассоциации.

При вступлении в данные ассоциации есть некоторые, хоть и не очень строгие, процедуры. В FCI, например, требуется отсутствие возражений со стороны существующих членов от страны. Плюс к

этому — условие выхода на определенные объемы экспортно— импортных операций по факторингу. Из FCI за нулевые результаты исключают через 3—4 года.

Процедура рассмотрения заявки на вступление носит формальный характер. Плюс к этому, ассоциации не несут финансовых обязательств за своих участников. Их задача — предоставлять инфраструктуру (ПО, юридическую среду (GRIF)) для осуществления факторингового обслуживания внешнеторговых сделок. Исходя из данного факта Фактор чаще всего не готов ставить лимит на импорт-факторов только по факту вхождения в ассоциацию, поскольку должен соизмерять размеры риска неплатежей импортеров с размером активов и финансовым состоянием импорт-фактора [5, с. 84].

В качестве вывода можно отметить, что членство в вышеназванных ассоциациях не является чем—то неосуществимым. Не стоит думать, что данный процесс стоит неимоверных усилий: высокое качество работы, объективное отношение к оценке рисков и стремление к совершенству — те не многие, но вполне адекватные факторы способствующие в данной задаче. Надо понимать, что международные факторинговые ассоциации тоже заинтересованы в российских участниках. Зарубежным компаниям так же необходима поддержка в сборе дебиторской задолженности, грамотной оценке покупателей, поиске контрагентов на территории Российской Федерации.

Список литературы:

1. Деньги. Кредит. Банки: Учебник / Под ред. Г.Н. Белоглазовой. — М.: Высшее образование, 2009. — С. 163.
2. Бабичев С. Факторинг: Два фактора одной сделки. Новые формы защиты от рисков внешнеторговых операций // [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: http://fintools.ru/content/document_r_%7BB2BB601D-0983-40BF-8BF5-E5BA8E386F13%7D.html (дата обращения 17.11.2010 г.)
3. Москаленко Андрей. Международный факторинг// [электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://www.factoringpro.ru>. — М.: 2010. — URL: http://www.factoringpro.ru/index.php/menu_world/1356-vneshny-factor
4. Национальная факторинговая компания. Международные факторинговые ассоциации. Кому они нужны// [электронный ресурс] — Режим доступа — <http://www.ifactoring.ru> — М.: 2008. — URL: http://www.factorings.ru/static/ranking_table.
5. Трейвиш М.И. Управление ликвидностью при товарном кредитовании: роль и место факторинга // Аудит и финансовый анализ, 2008с. — 84 с.
Федосова, Екатерина. Обзор мирового рынка факторинга // [электронный ресурс] — режим доступа - <http://www.factorings.ru> — М.: 2010. — URL: <http://www.factorings.ru/article/17>

СЕКЦИЯ 7.

ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПРОЦЕСС КАК СОВОКУПНОСТЬ ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ: ОБОРУДОВАНИЯ, ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РАБОТНИКА И ТЕХНОЛОГИИ

Белякова Вера Анатольевна

канд. экон. наук, доцент ПГУ, г. Пенза

E-mail: vera.belyakova@mail.ru

Сегодня наиболее актуальным вопросом является модернизация отечественного производства. Но модернизация только оборудования без учета того, что оборудование есть часть сложной системы производства, может привести к ситуации его не востребованности. Бессмысленно покупать новейшее оборудование, когда нет ни технологии, ни готового на нем работать персонала. В связи с этим предлагается рассматривать производственный процесс как систему, состоящую из трех основных основополагающих элементов: оборудование, технология, работник.

Данные элементы взаимоувязаны и должны быть на одном уровне развития, т. е. схематично (математически) данное равновесие можно выразить следующим образом:

$$ТП = Тех = ПО,$$

где: ТП — трудовой потенциал работника, выполняющего конкретную операцию,

Тех — применяемая технология,

ПО — потенциал оборудования, выраженный в максимальном использовании заложенных в него функций.

При нарушении равновесного состояния элементов происходят негативные последствия для предприятия, которые могут выражаться недоиспользованием трудового потенциала, возможностей оборудования и невозможностью модернизации технологии.

Можно рассмотреть различные варианты нарушения равновесного состояния.

Вариант 1. Несоответствие трудового потенциала (ТП) всем остальным элементам. Это выражается в двух неравенствах:

$ТП > Тех = ПО$, т. е. когда трудовой потенциал работника ниже предъявляемых к нему требований, которые необходимы для выполнения конкретной операции. Последствием данного неравенства будут: снижение общего качества работ, увеличение процента брака, плохая мотивация труда, увеличение риска возникновения стрессовых и чрезвычайных ситуаций у работника, невозможность внедрения более передовых технологий и модернизированного оборудования, отсутствие инициативы и творческого начала у работника, неспособность внесения работником рационализаторских предложений, улучшающих исполнение данной технологической операции.

$ТП < Тех = ПО$ т. е. когда трудовой потенциал работника выше предъявляемых к нему требований. В данном случае работник может быть не удовлетворен наложенными на него функциями, т. к. они ниже его потенциальных способностей. Как следствие, растет риск увольнения данного работника. Предприятие же теряет потенциальный доход, который можно было бы получить, используя потенциал данного работника на других более сложных операциях.

Вариант 2. Несоответствие используемой технологии (Тех) другим элементам. Данное состояние можно описать следующим неравенством:

$ТП > Тех < ПО$, т. е. уровень используемой технологии ниже трудового потенциала работников и потенциала оборудования. Использование устаревшей технологии производства с применением передового оборудования влечет за собой ряд проблем:

- повышение себестоимости продукции, т. к. амортизационные отчисления за новейшее оборудование ложатся на продукцию, произведенную по устаревшей технологии, как следствие, рост цены или снижение прибыли от производства и еще большее снижение конкурентоспособности данной продукции;
- замораживание капитальных вложений, потраченных на покупку новейшего оборудования. Как следствие, недополучение дохода от неиспользованных потенциальных возможностей оборудования и персонала.

Подобное неравновесное состояние сегодня характерно для многих отечественных предприятий. Когда под устаревшую технологию выпуска морально устаревшей продукции закупается новейшее оборудование. Это ведет к катастрофическим последствиям, вместо роста уровня конкурентоспособности продукции идет резкое ее падение.

Неравенство же, когда технология превышает по своему совершенству потенциал оборудования и персонала, в принципе не возможен, т.к. ни оборудование не персонал просто не смогут выполнить требования данной технологии. Не возможно производить космические ракеты с использованием потенциала пещерного человека и каменного топора. Поэтому

ТП<Тех>ПО

Вариант 3. Несоответствие потенциальных возможностей оборудования используемой технологии и уровню трудового потенциала работников. Данное состояние также может быть выражено двумя неравенствами:

ТП=Тех<ПО и ТП=Тех>ПО, т. е. когда потенциал оборудования в первом случае выше потенциала персонала и уровня используемой технологии, во втором случае, соответственно, ниже. Последствия же будут одинаковы и выражены в замораживании капитальных вложений и недополучении прибыли.

Вывод. Все элементы, характеризующие технологический цикл производства должны быть уравновешены и равноценны. Модернизация существующего или использование принципиально нового производственного оборудования должно сопровождаться одновременно с заменой технологии производства продукции и обучением персонала. Конечной целью совершенствования трех составляющих должен стать выпуск усовершенствованной или принципиально новой продукции, обладающей новыми свойствами и более высокой конкурентоспособностью.

Принципиальным шагом к повышению эффективности производственных процессов является подход, когда анализ производства будет включать одновременную трехстороннюю оценку вышеопределенных трех элементов: потенциала оборудования, используемую технологию, трудового потенциала работника.

СЕКЦИЯ 8.

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: КРАТКИЙ ОБЗОР КЛАССИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Климов Владимир Григорьевич

канд. пед. наук, доцент Пермской ГСХА, г. Пермь

E-mail: zito@perm.ru

Важнейшей характеристикой общественного производства является экономический рост. Неопределенность данного понятия способствовала развитию различных подходов к его теоретической трактовке как отечественными, так и зарубежными учеными. Проведенный авторами анализ различных теоретических подходов позволил классифицировать их следующим образом:

1. по отношению к временным этапам общественного развития или эволюции теории экономического роста;
2. относительно изменения вектора исследования содержательной сущности изучаемого явления;
3. в свете различных наук;
4. в рамках определенных соотношений (экономический рост — экономическое развитие, экономический рост — экономическое равновесие, экономический рост — расширенное воспроизводство, экономический рост — депрессия, спад).

Первый подход — изменение отношения к определению понятия «экономический рост» в ретроспективе (по отношению к временным этапам общественного развития или эволюции теории экономического роста) является наиболее полным и глубоким. Современные теории экономического роста сформировались на основе двух источников — кейнсианской теории макроэкономического равновесия и неоклассической теории производства, уходящей своими корнями в теоретические выкладки Ж.Б. Сея и И.Г. Тюнена и получившей законченное выражение в работах Дж. Б. Кларка [1]. Эти источники обусловили формирование двух основных групп теорий роста —

кейнсианской и некейнсианской. В рамках данных теорий рассматривались три проблемы:

а) факторы, определяющие потенциально возможный рост экономики;

б) взаимозависимость макроэкономических категорий (потребление, накопление и т. п.), обеспечивающих устойчивый рост экономики;

с) характер достижения устойчивого роста (достигается автоматически или требуется вмешательство государства).

Теория экономического роста, возникшая в странах Запада, описывала реально осуществляемые в 1920-1950-х гг. экономические процессы [2]. Изначально она развивалась на основе «кейнсианских предпосылок»: спрос не равен автоматически предложению, а сбережения — инвестициям; важнейшую роль в экономическом росте играет формирование спроса, прежде всего спроса на капиталовложения; основные технологические коэффициенты (например, отношения: капитал — продукт, труд — капитал) не меняются из-за негибкости цен и определяются нейтральным характером технического прогресса (таким техническим прогрессом, который не влияет на соотношение эффективности производственных факторов).

С конца 1950-х гг. проблемами экономического роста стали заниматься экономисты неоклассического направления (Дж. Хикс, Дж. Э. Мид, Р. Солоу, М. Браун и др.). Они, в отличие от сторонников кейнсианской теории, исходили из того, что спрос автоматически равен предложению, и, соответственно, устойчивость экономического равновесия обеспечивается свободой конкуренции и установлением цен производственных факторов на уровне их предельных продуктов. Примером неоклассической модели экономического роста является производственная функция Кобба-Дугласа, в рамках которой была выведена система показателей, характеризующих зависимость между затратами и выпуском продукции (коэффициенты эластичности выпуска по ресурсам), между самими затратами (предельная норма замещения и эластичность замещения ресурсов); была дана система количественных характеристик для экономического воздействия технического прогресса — нейтрального и ненейтрального технического прогресса, т. е. влияющего на соотношение эффективности производственных факторов, материализованного, т. е. воплощенного в средства производства, и нематериализованного. Составной частью неоклассической теории экономического роста является также объяснение механизма распределения национального дохода, согласно которому каждый производственный фактор (труд и капитал) получает долю продукции в соответствии со своим объемом и предельной

производительностью. Изменение этих долей происходит только под влиянием нейтрального технического прогресса. В рамках данной теории процесс достижения системой экономического роста рассматривался как автоматический, не требующий государственного вмешательства, ограниченного преимущественно сферой кредитно-денежной политики [3].

К недостаткам неоклассической теории можно отнести ее упрощенный подход к анализу спроса и предложения на рынке для установления «правильных» цен на товары, исключающий институциональные и политические реалии развития отдельных стран. Основное противоречие состоит в том, что, отводя влиянию внешних факторов огромную роль, неоклассики недостаточно изучили их влияние на экономический рост. Так, с помощью данной теории нельзя ни объяснить различия в величине остатка Солоу в странах с одинаковым уровнем развития, ни установить причины самого технического прогресса.

В конце 80-х — начале 90-х гг. XX века с углублением кризиса межстрановых различий, когда неоклассическая теория уже не могла давать объяснения данным явлениям, получила развитие «новая теория роста», основанная на концепции эндогенного роста. В отличие от предыдущих она допускала возможность эффекта масштаба производства в рамках экономики и акцентировала внимание на влиянии внешних факторов на рентабельность капитальных вложений. Согласно новой теории автоматическое выравнивание темпов роста происходит только в условиях реализации внешнеэкономических связей.

При этом роль государства в отличие от догмата свободного рынка минимизируется, результаты сводятся к улучшению распределения ресурсов, созданию инфраструктуры и стимулированию частных инвестиций. Недостатком данной теории является ее ограниченная применимость, особенно при межстрановом сравнении (недооценивается негативное влияние неэффективных экономических стимулов — институциональной структуры, инфраструктуры, несовершенство рынков товаров и т. д.).

Второй подход основан на изменении вектора исследования содержательной сущности понятия «экономический рост». А.А. Черняков предлагает классифицировать имеющиеся в экономической теории определения на три группы: первую образуют те, в которых суждения об экономическом росте идут «сверху» (от уровня государства и макроэкономических процессов); вторую — те, в которых рост инициируется «снизу», от уровня благосостояния отдельно взятого человека (можно уточнить, что в данную группу предлагается включать

и определения, в которых экономический рост инициирован предприятиями); в третьей группе сконцентрированы определения, объединяющие макро- и микроэкономический подходы. Такая классификация позволяет проанализировать изменение отношения отдельных исследователей к определению экономической сущности данного явления на макро- и микроуровне, а также взаимовлияние факторов экономического роста на разных уровнях развития.

Третий подход — в свете различных наук понятие «рост» рассматривается, как правило, в экономике и биологии. В экономике рост определяется как отношение величины экономического показателя в данное время к его исходному значению, принятому за базу отсчета. Измеряется рост в относительных величинах или процентах. Таким образом, экономисты утверждают, что экономический рост ведет к повышению эффективности функционирования отдельных предприятий, комплексов, экономических систем; онвозможен в условиях формирования благоприятной среды развития экономической системы, которая изначально обладает высоким потенциалом роста.

В официальных документах термин «экономический рост» практически не приводится. Частично он используется в программах социально-экономического развития, характеризуя величину изменения ВВП и ВНП. В биологии под ростом понимается увеличение массы и линейных размеров особи за счет увеличения числа и размеров клеток и неклеточных образований. Рост характеризуется ритмичностью (суточные, сезонные и другие ритмы).

Четвертый подход. К наиболее удачным работам в области определения понятия «экономический рост» следует отнести исследования содержательной сущности данного явления в рамках определенных соотношений. Авторы выделяют группы оценочных характеристик (критериев) экономического роста в рамках следующих соотношений.

1. Экономический рост — экономическое развитие. В российской практике хозяйственной деятельности эти понятия часто смешиваются или однобоко трактуются. Обычный рост экономики выражается в увеличении населения и богатства — он рассматривается как процесс развития, дающий толчок к качественно новым отношениям.

2. Экономический рост — экономическое равновесие. Эти понятия не тождественны, поскольку экономический рост, в отличие от равновесия, не является прибыльным. Поэтому механизмы достижения экономического равновесия не применимы для планирования экономической политики, особенно в странах, ориентированных на

экономический рост, но с отсутствующими базисными институтами, способными это равновесие обеспечить.

3. Экономический рост — расширенное воспроизводство. Существует несколько точек зрения на соотношение этих понятий. Одни исследователи считают, что «процесс роста не тождествен расширенному воспроизводству, так как имеет собственную природу и закономерности динамики». Так, воспроизводство расширенное или простое, интенсивное или экстенсивное характеризует воспроизводство производительных сил и производственных отношений. Теория экономического роста изучает, прежде всего, количественные признаки динамики (простые, суженные, полные, с постоянно возрастающими или снижающимися темпами прироста выпускаемого продукта), а только потом признаки качества (преобладание интенсивных или экстенсивных факторов). Таким образом, при изучении проблем экономического роста на первое место выходят количественные показатели, а при изучении проблем воспроизводства — качественные.

4. Экономический рост — спад, депрессия, кризис. Экономический рост — это феномен намного более сложный, чем спад или депрессия, которые характеризуются неполной занятостью, недоиспользованием природных ресурсов, высвобождением капитала. Все это возникает как ответная реакция на ускоренный экономический рост и тем самым образует благоприятные условия для оптимального варианта его реализации.

Выводы. Выделив четыре основных подхода к определению понятия «экономический рост», мы, таким образом, подвели научное обоснование под определения объектов, структуры, условий, стратегий, конкретных видов, выделение которых возможно по разным классификационным признакам «экономического роста». С учетом заданных в ходе анализа внутренней сущности понятия «экономический рост» ограничений авторы рассматривают данный процесс как масштабное комплексное преобразование системы, достигаемое путем прогрессивных изменений условий ее функционирования, что приводит к наращиванию национального богатства.

Список литературы

1. Красильников А. Эволюционные модели в теории экономического роста // Вопр. экономики. 2007. № 1.
2. Милейковский А.Р., Никитин С.М. Экономический рост в условиях монополистического капитализма: проблемы и противоречия. М.: Наука, 2008. — 265 с..
3. Шараев Ю.В. Теория экономического роста: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ—ВШЭ, 2010. — 320 с.

СТРУКТУРА ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Смирнов Владимир Петрович

канд. экон. наук, доцент ВФ РТА, г. Владивосток

E-mail: yla102@yandex.ru

По современным представлениям любая научная теория образует систему, состоит из взаимосвязанных структурных компонентов, имеет в своем исходном базисе центральный системообразующий элемент [1, с. 77]. Структурные компоненты теории управления предпринимательскими организациями и ее центральный системообразующий элемент в основном тождественны структурным компонентам и центральному системообразующему элементу теории управления экономическими организационными системами, но имеют при этом определенную специфику, отражающую сущность предпринимательства. Спецификой управления предпринимательскими организационными системами является подчинение функционирования и взаимодействия всех структурных компонентов созданию нового, трансформации или иному повышению продуктивности ранее созданного капитала и получению за счет этого предпринимательского дохода.

Структурными компонентами теории управления предпринимательскими организационными системами являются:

1. свойства и порядок взаимодействия субъекта и объекта управления;

2. задачи управления;

3. схема управленческой деятельности;

4. условия управления;

5. типы управления;

6. предметы управления;

7. виды (методы) управления;

8. формы управления;

9. средства управления;

10. функции управления;

11. факторы, влияющие на эффективность управления;

12. принципы управления;

13. механизмы управления [2, с. 217].

Центральным системообразующим элементом теории управления предпринимательскими организационными системами является управление созданием нового или трансформацией существующего капитала. Выделение структурных компонентов и центрального системообразую-

щего элемента теории управления предпринимательскими организационными системами не означает признания их изолированного действия. Напротив, все они в той или иной степени, прямо или опосредованно взаимодействуют друг с другом, а центральный системообразующий элемент при этом воздействует на каждый компонент. Поэтому в каждый из тринадцати компонентов включаются управляющие воздействия, инициированные центральным системообразующим элементом и определяющие соответствующие направления деятельности управляемых субъектов. Ориентиры для управляемых субъектов следующие: оптимальное (или хотя бы рациональное) использование потребительских свойств капитала и увеличение его стоимости; непрерывное, согласованное с управлением доходом и с управлением потреблением предпринимателя воздействие на капитал как на накопленную ценность; достижение в процессе реализации предпринимательского проекта и взаимодействия с другими факторами производства необходимых уровней капиталовооруженности труда, загрузки производственных площадей; минимизация потерь при превращении капитала и других экономических ресурсов в факторы производства; обеспечение рациональной (оптимальной) продуктивности (производительности) капитала, выражаемой показателем капиталотдачи; выбор на альтернативной основе оптимальной структуры производства и определение стратегии инновационного развития, приводящей к росту дохода и одновременно к расширению границ производственных возможностей; минимизация совокупных затрат факторов производства в диапазоне их взаимозамещения; обеспечение уровня доходности капитала, превышающего среднюю норму его доходности по экономике; достижение уровня эффективности использования капитала, превышающего норму временного предпочтения; оптимизация средневзвешенной стоимости и недопущение увеличения предельной стоимости капитала; повышение рыночной цены фирмы.

Первым структурным компонентом теории управления предпринимательскими организационными системами является порядок взаимодействия субъекта и объекта управления в процессах создания нового, трансформации или иного повышения продуктивности ранее созданного капитала.

Второй структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — комплекс задач управления, по форме совпадающий с комплексом задач управления социально-экономическими организационными системами, описанным в специальной литературе, но имеющий специфическое содержание. Комплекс задач управления составляют: мониторинг и анализ текущего

состояния предпринимательской организационной системы; прогноз развития системы; целеполагание; планирование; распределение функций между участниками системы; распределение ресурсов; мотивация (стимулирование) участников; контроль за развитием; оперативное управление; анализ произведенных в системе изменений.

Третьим структурным компонентом теории управления предпринимательскими организационными системами является схема управленческой деятельности, имеющая различные форм проявления.

Четвертый структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — условия управления. Некоторые из условий определяются внешней средой, другие входят в состав самой управленческой деятельности. Специалистами выделяются группы условий, необходимых для осуществления любой деятельности. Это мотивационные, кадровые, материально-технические, научно-методические, финансовые, организационные, нормативно-правовые, информационные условия. Их ранжирование определяется содержанием конкретного предпринимательского проекта.

Пятый структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — типы (виды) управления. По основанию регулярности, повторяемости управляемых процессов специалистами выделяются два типа — процессное и проектное управление системами.

Шестой структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — это предметы управления. Ими являются изменяемые в процессе и в результате управления основные компоненты системы: состав; структура; ограничения и нормы деятельности участников предпринимательского проекта; предпочтения и интересы участников предпринимательской организационной системы, определяющие их мотивацию; информированность.

Седьмой структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — виды (методы) управления: управление составом; управление структурой; управление ограничениями и нормами деятельности (институциональное управление); управление предпочтениями и интересами (мотивационное управление); управление информацией, которой обладают участники предпринимательской организации (информационное управление).

Восьмой структурный компонент системы управления предпринимательскими организационными системами — формы управления. По критерию структуры системы управления в качестве форм выделяются: иерархическое управление, при котором в системе управления с иерархической структурой у каждого подчиненного

имеется только один начальник; распределенное управление, при нем в матричных структурах управления у одного подчиненного может быть несколько начальников; сетевое управление, в этой форме разные функции управления в различные моменты времени выполняются различными элементами предпринимательской организационной системы, некоторые участники по одним своим функциям могут быть подчиненными, а по другим функциям — руководителями.

По критерию числа управляемых субъектов в качестве форм управления предпринимательскими организационными системами выделяются: индивидуальное управление, или управление одним субъектом; коллективное управление, или управление группой субъектов.

По критерию зависимости управления от индивидуальных особенностей управляемого субъекта в качестве форм управления предпринимательскими организационными системами выделяются: унифицированное управление, или применение одних и тех же механизмов управления к группам различных субъектов; персонализированное управление, при котором управляющее воздействие определяется индивидуальными характеристиками управляемого субъекта.

Девятый структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — средства управления. В процессе управления предпринимательскими организациями используются разнообразные и постоянно совершенствующиеся средства управления — приказы, распоряжения, указания, планы, нормы, нормативы, регламенты.

Десятый структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — функции управления, к которым относятся целеполагание, прогнозирование, планирование, организация, распорядительство, мотивация, руководство, координация, учет, контроль, коммуникация, исследование, анализ, оценка, принятие решений, корректирование, подбор персонала, представительство и ведение переговоров, заключение сделок.

Одиннадцатый структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — факторы, влияющие на эффективность управления при изменении механизма управления. В их число обычно включаются: экономический, агрегирования, неопределенности, информационный, организационный факторы.

Двенадцатый структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — это принципы управления. В их число специалисты включают следующие принципы: иерархии, унификации, целенаправленности, доступности, экономической эффективности, ответственности, невмешательства,

общественно-государственного управления, саморазвития, полноты и оптимальности, регламентации управленческой деятельности, обратной связи, адекватности, оперативности, опережающего отражения, адаптивности, рациональной централизации, демократического управления, согласованного управления [2, с. 244—245]. Этот перечень может быть дополнен принципами ценностной ориентированности, расширения предмета управления, учета интересов стейкхолдеров [3, с. 11—12].

Тринадцатый структурный компонент теории управления предпринимательскими организационными системами — механизмы управления. Для эффективного управления любой предпринимательской организационной системой необходимо иметь набор адекватных механизмов управления — правил и процедур принятия управленческих решений.

Практическая деятельность по управлению предпринимательскими организационными системами должно строиться на выборе воздействий, обеспечивающих реализацию всех рассмотренных структурных компонентов.

Список литературы:

1. Новиков А.М. Методология. М.: Синтег, 2007. — 668 с.
2. Новиков Д.А. Структура теории управления социально-экономическими системами // Управление большими системами. — Вып. 24. М., 2008. — с. 216—256.
3. Яковлева-Чернышева А.Ю. Управление предпринимательством в рекреационном кластере: автореф. дис. д-ра экон. наук. СПб, 2011. — 42 с.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Хандакова Оюна Павловна

*ст. преподаватель, ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный
университет имени М.К. Аммосова», г. Якутск*

E-mail: oiuna2001@mail.ru

Развитие молочной промышленности, как сложной экономической системы, зависит от изменения многих факторов, прямо или косвенно воздействующих на нее. Роль производства молока в устойчивом продовольственном обеспечении населения определяется не только значительными объемами производства, реализации и потребления

молока и молочных продуктов, но и их социальной значимостью, что во многом связано со спецификой формирования и функционирования молочной отрасли.

Молочная отрасль имеет схожие с другими отраслями сельского хозяйства объективные причины, по которым требуется активное регулирование отрасли государством:

1. Большая зависимость результатов производства от природно-климатических условий и сроков проведения работ.

2. Необходимость обеспечения стабильности цен, подверженных естественным сезонным колебаниям и колебаниям вследствие природных катаклизмов.

3. Низкая ценовая эластичность спроса на молоко и молочные продукты, низкая эластичность спроса по доходу, часто предложение также имеет низкую ценовую эластичность в случае, когда для поддержания объемов производства производитель готов идти на размещение продукции по более низким ценам. Высокая зависимость уровня цен на молоко и молочные продукты от объемов предложения приводит к тому, что при увеличении или уменьшении поставок продовольствия на 1 %, цены на рынке меняются на несколько процентов, что делает цены, и, следовательно, рынок молока очень неустойчивыми.

4. Необходимость обеспечения инвестиционной привлекательности сельского хозяйства в условиях значительной потребности в капитале и низком уровне фондоотдачи отрасли, более низкими, чем в других отраслях показателями рентабельности производства, производительности труда и вклада в ВВП на одного занятого. Длительность производственных циклов не позволяет сельскому хозяйству конкурировать с другими отраслями народного хозяйства.

5. Ценовое давление молокоперерабатывающих предприятий на сельское хозяйство. Дополнительный нажим в условиях несовершенства сельскохозяйственного рынка способен усилить потери эффективности этой отрасли.

6. Необходимость государственного регулирования в решении вопросов продовольственной независимости государства, в т. ч. обеспечении и стимулировании спроса на молоко и молочные продукты.

7. Обеспечение развития сельскохозяйственной науки, техники и пропаганды передового опыта предприятий молочной промышленности.

8. Изменение социальной структуры производителей молока в направлении снижения доли сельскохозяйственных предприятий и увеличения доли личных подсобных хозяйств населения.

9. Уменьшение спроса на молоко и молочную продукцию в связи со снижением платежеспособности населения.

10. Убыточность производства молока для многих сельскохозяйственных товаропроизводителей из-за диспаритета цен на реализуемое молоко и приобретаемые для его производства промышленные средства производства и услуги.

11. Высокая насыщенность рынка более конкурентоспособной импортной продукцией, в значительной степени обусловленной ее государственной поддержкой в странах-экспортерах [1; 2].

С учетом этих факторов, объективно присущих сельскому хозяйству и рынку молока, формируется государственная аграрная политика.

В странах с развитой рыночной экономикой регулирование молочной отрасли является отдельным направлением сельскохозяйственной политики, поэтому развитие молочной отрасли в этих странах осуществляется под значительным влиянием её эффективности. Оно осуществляется более активно, чем в других продуктовых подкомплексах [3]. Необходимость в особой молочной политике объясняется особым характером молока как товара, природными и экономическими особенностями молочного производства.

Рынок молока и молочных продуктов имеет следующие отличительные экономические характеристики:

1. Независимо от состояния рынка, производитель получает молоко ежедневно. Это способствует постоянному получению продукции производителем, но в жестких рыночных условиях производитель не имеет возможности ограничить производство молока без применения кардинальных мер — забой скота, игнорирование либо рыночных ориентиров (продажа продукции по заведомо убыточной цене), либо игнорирование сроков получения продукции от животных (влечет негативные последствия организма животного — например, снижение продуктивности. Любые кардинальные меры, предпринятые производителем молока, отрицательно влияют на производственные мощности и результаты деятельности хозяйственного образования (ферма, регион, страна).

2. Невозможность переноса сроков получения продукции. Например, получение мяса от мясного скота можно растянуть на неопределенный срок просто продолжив откорм скота (без присущих этому действию отрицательных последствий для качества продукции). Зерновые, фрукты и овощи, когда они уже получены с поля, можно разместить на склад для хранения на довольно длительный срок. С молоком этого сделать не удастся, если только не изменить его физическое состояние — переработать жидкое молоко в какой-либо молочный продукт (пастеризованное молоко, сухое молоко,

консервированное, ультрапастеризованное и стерилизованное молоко, сгущенное молоко);

3. Короткие сроки хранения не позволяют проводить транспортировку сырого молока на дальние расстояния, поэтому производитель молока привязан к ближайшему от него пункту переработки. Покупатель-переработчик оказывается в более выгодном положении по сравнению с продавцом-производителем молока.

4. Молоко невозможно реализовывать через организованные торги (биржа либо аукцион) конечно, если речь идет не о контрактах поставок в будущем. Другие продукты сельского хозяйства как зерно, овощи, хлопок и пр. можно реализовывать через организованные биржевые торги, способствующие определению наиболее точной цены продукта на рынке. Поэтому здесь наиболее важной является организационная роль государства.

5. Молоко и молочные продукты являются социально значимыми видами продовольствия, которые должны ежедневно присутствовать в рационе питания человека, особенно в детском возрасте, что обязывает государство обеспечить для всего населения как физическую, так и экономическую доступность.

6. Возможность производства молока практически во всех регионах страны, что обуславливает сравнительно высокую конкурентность среди его производителей.

7. В условиях роста розничных цен на продовольствие, спрос характеризуется малой эластичностью на питьевое молоко и цельномолочную продукцию и высокой эластичностью на продукты его переработки (сыры, сливочное масло), что определяет относительно устойчивый спрос на первую группу продукции на местном уровне.

8. Молоко — это скоропортящийся продукт, не подлежащий длительному хранению в непереработанном виде, что требует соответствующих каналов реализации и развитой сбытовой инфраструктуры.

9. Произеству молока, хотя и в меньшей степени чем другим отдельным рынкам, присуща сезонность производства, что при относительно стабильном спросе определяет необходимость создания запасов сухого молока и других продуктов его переработки.

10. Производство молока медленно приспособляется к высоким капитальным затратам и длительным сроком увеличения (по биологическим причинам) численности стада дойных коров.

11. Специализация производства молока характеризуется большой совокупностью реализуемых видов продукции в мелкоступной расфасовке (особенно цельномолочной), ее сегментацией

по потребителям (возрастной), по функциональной направленности (профилактическая, лечебная, диетическая), по потребительским свойствам (различной жирности), что предъявляет особые требования к технологии производства и упаковке продукции.

12. Скоропортящийся характер молока и экологическая незащищенность сферы его производства обуславливают повышенные требования к его качеству и качеству продуктов его переработки, что определяет необходимость более быстрого обновления стандартов на качество и методы его определения.

Эти особенности оказывают определяющее влияние на порядок организации торговли молоком и порядок ценообразования на него.

В крупнотоварном производстве молока требуется организация последовательных мер его переработки (перерабатывающие предприятия, либо собственные мощности фермы) и лишь после этого молоко, как компонент молочных продуктов может быть реализовано на открытом рынке и определена его стоимость.

Только после переработки производитель молока получает возможность определить цену на сырое молоко (за исключением стоимости переработки и других наценок). Без этой стадии, в условиях рынка почти отсутствуют возможности определения стоимости молока [3; 4].

Но в условиях мелкотоварного производства некоторые производители молока реализуют часть продукции на продовольственных рынках по ценам, определяемым в рамках местного розничного рынка. Но и в этих условиях цены определяются под влиянием двух групп факторов:

- факторы мелкотоварного розничного рынка (спрос, предложение);
- факторы национального рынка, когда розничные цены на местных менее организованных рынках формируются под влиянием цен на более организованных розничных рынках (в условиях организованной цепочки производства сырья, её переработки и реализации конечной продукции).

Среди положительных моментов производства молока для народного хозяйства необходимо выделить следующее: производство молока обеспечивает сохранение активного использования большей части производственных мощностей перерабатывающих молоко предприятий в течение всего года. Постоянные и относительно стабильные объемы производства молока не требуют организации помещений для хранения годового надоя молока (как в случае с уборкой зерна или овощей открытого грунта).

При этом для каждого региона страны характерны особенности развития, связанные со спецификой функционирования региональной экономики, природных и социально-экономических факторов региона, его географическим расположением, состоянием молочного скотоводства, структурой платежеспособного спроса, обеспеченностью кормами, уровнем доходов и сложившимися традициями питания населения.

Исходя из этих особенностей, управление предприятиями молочной промышленности должно строиться на новых принципах, таких как:

1. Обеспечение продовольственной безопасности - обеспечение населения молоком и молочными продуктами за счет собственного производства не менее 70—80 %.

2. Повышение качества жизни населения страны, в т.ч. удовлетворение населения молоком и молочными продуктами высокого качества.

3. Инновационный характер деятельности предприятий молочной промышленности, следование научно-техническому прогрессу, достижениям передовых зарубежных предприятий в сфере молочной отрасли для обеспечения высокой конкурентоспособности.

4. Консультационный характер управления, создание консультационных центров, маркетинговых агентств, помощь в организации бизнеса в сфере производства молока и молочных продуктов.

5. Развитие стратегического характера управления предприятиями молочной промышленности, ориентация на долгосрочную перспективу, обеспечение всестороннего развития села.

Список литературы:

1. Бьерне Дрекслер. Новости мирового молочного рынка // Молочная промышленность. 2010. № 1. С. 62.
2. Всемирный молочный саммит ММФ // Молочная промышленность. 2009. № 10. С. 14—15.
3. Головач В.М. Формы и методы государственной поддержки производства и реализации молока // Достижения науки и техники АПК. 2004. № 12. С. 7—8.
4. Иванова С. Конкурентоспособность стран на мировом рынке молочной продукции // Международный сельскохозяйственный журнал. 2009. № 4. С. 55—57.

СЕКЦИЯ 9.

УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЫНКА ИЗДЕЛИЯ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Мамедов Физули Азиз оглы

*д-р. экон. наук, профессор, зав кафедрой «Административное
управление», АзТУ, г. Гянджа, Азербайджан
E-mail: [fizuli—economist @ rambler.ru](mailto:fizuli—economist@rambler.ru)*

Будагов Гусейн Таги оглы

канд. экон. наук, доцент, АзТУ, г. Гянджа, Азербайджан

Программа социально-экономического развития Азербайджанской Республики на 2009—2013 гг, утверждённая Президентом республики И.Г. Алиевым, предусматривает определение приоритетных направлений многих рыночных процессов, включая и рынок изделий лёгкой промышленности.

В современных условиях основной проблемой является выявление привлекательности рынка изделий лёгкой промышленности для его потребителей и потенциальных участников. При этом основное внимание необходимо сконцентрировать на вопросах идентификации формирующихся субъектов рынка, ключевых факторов успеха, тенденции могут включать в себе идентифицированные в процессе исследования покупателей и конкурентов направлений развития, но в более широкой перспективе. Другой сложной проблемой в исследованиях рыночных процессов является меняющаяся сущность и роль управления продажами изделий лёгкой промышленности. В перспективе ожидается, что управление продажами будет играть стратегически более значимую роль в формах. От правильного управления продажами изделий лёгкой промышленности во многом зависит оптимальный выбор и в применении различных рыночных приёмов, связанных с планированием и прогнозированием продаж [1].

Комплексная взаимосвязь основных направлений исследования рынка изделий лёгкой промышленности, а также управление их продажами в основном отражает актуальность данной проблемы. Концепция развития современного рынка изделий лёгкой промышленности выдвигает на первый план и центр внимания субъекты рынка с целью комплексного изучения исследуемой проблемы. Комплексное изучение рынка изделий лёгкой промышленности помогает бизнесмену снизить риск, связанный с принятием коммерческих решений и избежать таких ошибок, как производство товаров, имеющих ограниченный спрос; предложение товаров тем, кто в них заинтересован; Неправильное использование каналов сбыта и многих других.

Необходимость комплексного изучения рынка особенно остро стала ощущаться в условиях резкого обострения проблем рынка. В условиях тесной взаимосвязи товарных рынков в конкуренцию вовлекаются фирмы не одной отрасли, а нескольких отраслей с целью захвата возможно большей доли совокупного потребительского спроса.

На современном этапе успеха добивается та фирма, которая предлагает либо новое изделие, либо более совершенную модель ранее выпускаемого товара, учитывающую специфику потребительского спроса. Фактор новизны и совершенства изделий лёгкой промышленности в современных условиях мирового рынка главенствует над фактором уровня цен. На современном рынке верх одерживает тот из конкурентов, который наряду с новым товаром предлагает наиболее комплексные услуги и использует современные методы и формы сбыта.

В основном комплексное изучение рынка изделий лёгкой промышленности осуществляется по следующим направлениям [3].

- Изучение товара составляет основу реализации важнейшего принципа современного маркетинга производства фирмой таких товаров, которые максимально отвечали бы запросам потребителей и приносили высокие прибыли;
- Исследования рынка предполагает рассмотрение таких вопросов, как определение ёмкости рынка ,тенденций в развитии рынка, тенденций в развитии данной отрасли промышленности;
- Изучение основных форм и методов сбыта товаров, ибо продажа товаров является единственным способом вернуть израсходованные деньги с определённой прибылью .

Актуальность исследования рынка изделий лёгкой промышленности в Азербайджанской Республике, прежде всего, заключается в том, что в промышленном производстве огромная доля

принадлежит нефтяному сектору, следует развивать и рынок изделий лёгкой промышленности [2].

Промышленность Азербайджанской Республики за последние годы развивается быстрыми темпами. Индекс производства промышленной продукции в 2012 году в сравнении с 2005 г составил 105,9, с 2006 — 111,3, в 2007 — 115,3, в 2008 — 122,3, в 2009 — 129,3, в 2010 — 172,6, а в 2011 — 292,0.

Все эти результаты в основном были достигнуты за счёт бурного развития нефтяного сектора. Что же касается других отраслей промышленности, выпускающих продукции потребительского назначения, то экономика в этом направлении развивается крайне низкими темпами.

Если же анализировать данные производства основных видов промышленной продукции, то здесь наблюдается противоречивая тенденция (таблица 1)

Таблица 1.

Производство основных видов промышленной продукции

№	Наименование изделия	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1.	натуральная шерсть, тонн	35,6	183,5	47,2	171,6	11,7	2,1	6,2
2.	хлопковые ткани, тыс.кв.м	683	3381	2926	3320	4037	3099	220,2
3.	шёлковые ткани, тыс.кв.м	—	7,8	8,2	104,4	583,9	437,2	424,9
4.	хлопковые спальное бельё, тыс. мм	384,7	222,1	420,3	453,3	252,2	561,6	118,0
5.	мужское нижнее бельё, рубашки тыс. мм	122,0	121,0	60,0	1,2	0,0	3,7	100,9
6.	ковры и ковровые изделия, тыс.кв.м	15,8	10,0	5,9	268,6	308,5	680,3	3,2
7.	трикотажно-носочные изделия, тыс. мм	738,2	1950	684	1311	1854	2969	3065
8.	кожаные заготовки для обуви тыс.мм	405,6	35,2	88,4	34,0	80,2	22,4	25,2

По одним товарным группам изделия лёгкой промышленности наблюдается рост, а по другим снижение. Так , например, за период с 2005 г производство натуральной шерсти снизился с 35,6 т. до 6,2 т. Мужское нижнее бельё рубашки — с 122,0 тыс. шт. до 100,9 тыс. шт. кожаные заготовки для обуви — с 405,6 тыс. кв.м до 25,7 тыс. кв.м.

Следовательно, в целом по республике промышленное производство изделий лёгкой промышленности резко отстаёт от всей производственной промышленной продукции. Данный пробел естественно, восполняется импортными товарами. Быстрыми темпами развивается розничный товарооборот изделий лёгкой промышленности. За исследуемый период данный показатель увеличился с 264 млн. м. до 2668,6 млн. м. или 10,1 раз. При этом доля розничного товарооборота изделий лёгкой промышленности в процентах к итогу возросло с 25,0% до 35,2%, а розничный товарооборот изделий лёгкой промышленности на душу населения с 137,6манат до 650,3 м.

Изменения произошли и в структуре розничного товарооборота изделий лёгкой промышленности (см. таблице 2)

Таблица 2.

Структура розничного товарооборота изделий лёгкой промышленности.

№	Товары	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1.	х/б ткани	0,12	0,06	0,06	0,06	0,06	0,05	0,06	0,04
2.	шерстяные ткани	0,05	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
3.	шёлковые ткани	0,20	0,11	0,11	0,10	0,09	0,08	0,08	0,06
4.	одежда	1,92	2,11	2,13	2,37	2,69	2,99	3,23	5,36
5.	верхний трикотаж	0,62	0,57	0,60	0,72	0,82	0,96	0,95	1,4
6.	нижний трикотаж	0,18	0,11	0,11	0,12	0,12	0,12	0,12	0,14
7.	кожаная обувь	1,42	1,91	1,94	2,10	2,17	2,41	2,23	2,26

В Рамках вышеизложенных подходов субъекты рынка и торговли оценивают и используют все свои возможности, товары и направления деятельности. На основе этих оценок распределяются усилия и ресурсы компании, а так же разрабатываются соответствующие стратегии маркетинга. Данный процесс, прежде всего, включает матрицу возможностей по товарам и рынкам, которая предусматривает использование четырёх альтернативных стратегий маркетинга для сохранения или увеличения сбыта; проникновение на рынок; развитие рынка; разработка товара; диверсификация.

Выбор стратегии зависит от степени насыщенности рынка и возможности субъекта рынка постоянно обновлять производства. Стратегия проникновения на рынок эффективна тогда, когда рынок растёт или ещё не насыщен. Фирма стремится расширить сбыт имеющихся товаров на существующих рынках при помощи интенсификации товаров движения, на продвижения и самых конкурентоспособных цен.

Развитие рынка изделий лёгкой промышленности характеризует ёмкость рынка, который является главным параметром рынка и определяется по следующей формуле

$$E_p = Q_H + O_{H,P} + I - \mathcal{E} + C_H - U_H - \mathcal{E}_K + I_K$$

где, E_p — ёмкость рынка;

Q_H — национальное производство данного товара в стране;

$O_{H,P}$ — остаток товарных запасов на складах изготовителей; I, \mathcal{E} — импорт, экспорт;

I_K, \mathcal{E}_K — косвенный (товар используется в другом изделии) импорт и экспорт;

C_H, Y_H — снижение, увеличение запасов товаров у потребителей соответственно.

После определения ёмкости рынка, производитель получает возможность оценить перспективность того или иного рынка для себя. Ёмкость рынка изменяется в зависимости от изменения платежеспособности спроса, товарного предложения и розничных цен. Это важный показатель для оценки величины товарооборота уровня и соотношения цен на товары. При возрастании денежных доходов населения возрастают платежеспособный спрос и определяемая им ёмкость рынка. В данной работе нами были предприняты попытки определения ёмкости рынка по основным изделиям лёгкой промышленности (см. таблица 3).

Таблица 3.

Определение ёмкости рынка ряда изделий лёгкой промышленности в Азербайджанской Республике

	Наименование рынка	Провиз (Q_H)	Импорт И	Экспорт Э	Увел-е Запасов (Y_H)	Снижение Запасов (C_H)	Ёмкость рынка E_p
1.	Рынок ковров и ковровых изделий	4319,5	1946,0	110,1	43,7	—	6111,7
2.	Рынок трикотажных тканей	2758,1	301,8	29,1	18,4	—	3012,4
3.	Рынок трикотажной одежды	1950,5	3294,5	200,2	—	13,3	5062,1
4.	Рынок вязаной одежды	1297,3	32921,0	244,6	—	181,0	34094,6
5.	Рынок одежды и обуви	18936,3	15852,6	204,3	21,4	—	31563,2
6.	Рынок верхней одежды	455,8	377,4	1,0	—	3,8	828,4

Окончательная формула ёмкости рынка принимает следующий вид:

$$E_p = Q_H + I - Э + C_H - Y_H$$

Рынок изделий лёгкой промышленности представляет собой гибкую систему прямых и обратных связей между производством и потреблением, которые зарождаются в сфере производства и проявляются в сфере обращения. Важнейшей характеристикой эффективности функционирования рынка изделий лёгкой промышленности является степень сбалансированности структурно-объёмного и качественно-ассортиментного спроса и предложения.

Список литературы:

1. Абрюшина М. С. Экономический анализ торговой деятельности. М. Дело и сервис М.2000.512 с.
2. Мамедов Т.С. Организация и технология торговли. Баку, Наука, 2006, 628 с.
3. Мамедов Ф.А. Выбор оптимальной технологии изготовления изделия стабильного ассортимента. Гянджа.1998. С. 213.

СЕКЦИЯ 10.

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Васильева Нина Сергеевна

преподаватель кафедры финансов НГУЭУ, г. Новосибирск

E-mail: vasilekns@mail.ru

В настоящее время залогом успешного взаимодействия коммерческих организаций с партнерами, инвесторами, кредиторами является эффективное управление денежными потоками, одной из задач которого является балансирование денежных потоков организации во времени: предотвращение возникновения кассовых разрывов и дефицита денежных средств.

Проблема балансирования денежных потоков организации во времени в настоящее время является актуальной, о чем свидетельствуют результаты анализа денежных потоков шестисот двадцати двух организаций РФ различных видов экономической деятельности за 2005—2010 гг., проведенного на основе сравнения продолжительности оборотов дебиторской и кредиторской задолженностей. Результаты анализа позволили выявить высокий удельный вес организаций, у которых продолжительность одного оборота дебиторской задолженности превышала продолжительность одного оборота кредиторской задолженности, в среднем за 2005—2010 гг. 43 % организаций. Такое соотношение оборотов дебиторской и кредиторской задолженностей организаций свидетельствует об опережении сроков выполнения платежных обязательств исследуемых организаций сроков поступления средств в погашение дебиторской задолженности, соответственно, о возникновении кассовых разрывов в денежных потоках организаций и дефицита денежных средств. Дефицит денежных средств имеет ряд негативных последствий для организации: (1) возникает и растет просроченная кредиторская задолженность организации перед контрагентами, по полученным финансовым кредитам, по выплате заработной платы; (2) возникновение издержек в виде штрафов, пеней, неустоек и т. п. в результате несвоевременного осуществления платежей организации и снижение рентабельности использования собственного

капитала и активов организации; (3) ухудшение кредитоспособности, инвестиционной привлекательности, снижение рыночной стоимости организации.

Актуальность проблемы дефицита денежных средств организации, а также многообразие и серьезность его отрицательных последствий, обуславливают необходимость разработки мероприятий по балансированию денежных потоков организации во времени.

Сбалансированность денежных потоков организации во времени может быть достигнута в процессе разработки бюджета движения денежных средств и платежных календарей организации на плановый период с использованием следующих методов [1, 2, 3, 4, 5]. Во-первых, ускорение привлечения денежных средств в результате: увеличения размера ценовых скидок за наличный расчет, обеспечения предоплаты за продукцию с высоким спросом на рынке, сокращение сроков кредита покупателям, ускорение инкассации просроченной дебиторской задолженности и др. Во-вторых, замедление выплат денежных средств в результате: увеличения по согласованию с поставщиками сроков предоставления кредита, замена приобретения долгосрочных активов на их лизинг, реструктуризация портфеля полученных финансовых кредитов путем перевода краткосрочных их видов в долгосрочные и др. Однако, как бы не были сбалансированы денежные потоки организации в процессе планирования, фактическое выполнение бюджета движения денежных средств и платежных календарей организации всегда осуществляется в условиях риска несбалансированности денежных потоков во времени и возникновения дефицита денежных средств организации. Это объясняется объективным воздействием различных внешних факторов, неизвестность действия которых, делает невозможным или сложным их учет в процессе планирования движения денежных средств организации, а характер денежных потоков — случайным.

В теории и практике предлагаются и используются различные методы нейтрализации риска дефицита денежных средств организации, из которых мы отдаем предпочтение самострахованию. Суть данного метода заключается в формировании резервного остатка денежных средств организации, под которым мы понимаем сумму денежных средств в кассе и на расчетном счете организации, сохраняемую для покрытия дефицита денежных средств организации вследствие несинхронного формирования ее денежных потоков во времени и для обеспечения текущей платежеспособности организации. Предпочтение формирования резервного остатка объясняется следующим. Во-первых, проведенный анализ денежных потоков организаций РФ различных видов экономической деятельности за 2005-2010 гг. позволил выявить

так называемые «хорошие» организации, у которых по результатам отчетного периода чистый денежный поток по текущей деятельности имеет положительное значение, в результате инвестиционной и финансовой — отрицательное. Удельный вес таких организаций в общем числе исследованных организаций не большой, а именно в среднем за 2005—2010 гг. 27 %. Тем не менее, такие организации есть, и мы считаем возможным предложить в качестве метода предотвращения возникновения дефицита денежных средств формировать резервный остаток денежных средств. Во-вторых, предпочтение формирования резервов денежных средств организации основано на учете его главного преимущества по сравнению с другими методами, заключающегося в способности мгновенно решать проблему недостаточности денежных средств организации. В-третьих, выбор формирования резервов денежных средств организации в качестве метода предотвращения дефицита денежных средств основан на опыте представителей бизнеса. Был проведен опрос ста слушателей Президентской программы и программы МВА НГУЭУ, показавший высокую степень значимости формирования резервного остатка денежных средств для организаций.

Основной задачей формирования резервного остатка денежных средств организации является определение его величины. Чем меньшей суммой денежных средств, необходимых для осуществления платежей в периоды несбалансированности денежных потоков располагает организация, тем больше различного рода ее потери, т. е. издержки по неплатежеспособности, и наоборот. Следование такому принципу рыночной экономики, как максимум прибыли при минимуме издержек, задает максимизацию величины резервного остатка организации. Однако, чем большая сумма денежных средств отвлечена в резервный остаток, тем большие потери потенциального дохода от использования денежных средств, т. е. издержки по обеспечению платежеспособности, несет организация, и наоборот, что задает минимизацию величины резервного остатка. Учитывая противоречивое воздействие различных видов издержек на величину резервного остатка, при определении величины резервного остатка мы учитываем совокупную величину издержек. В целях повышения своей прибыли перед организацией стоит оптимизационная задача формирования такой величины резервного остатка, при которой совокупные издержки по его формированию будут минимальными.

Эмпирическое исследование издержек по неплатежеспособности организаций по нормативным документам, регулирующим осуществление платежей, а также договорам организаций с их контрагентами, позволило выявить факт существования различных видов зависимости

между величинами издержек и резервного остатка: (1) линейная зависимость — ставка издержек является постоянной и не зависит от величины резервного остатка; функция совокупных издержек линейная; (2) нелинейная зависимость — ставка издержек не является постоянной и зависит от величины резервного остатка; функция совокупных издержек нелинейная. Вид зависимости между величиной резервного остатка и издержками по его формированию определяет метод нахождения оптимальной величины резервного остатка: линейный или нелинейный методы математического программирования.

Для определения вида функции совокупных издержек по формированию резервного остатка организации предлагается построение ее графика. Функция совокупных издержек (Исов(РДС)) задается с помощью формулы (1).

$$I_{сов}(PDC) = PDC \times r_{пл} + \bar{R} \times r_{непл} \times (PDC_{max} - PDC) \quad (1)$$

$r_{пл}$ — ставка издержек по обеспечению платежеспособности организации, %

\bar{R} — средняя продолжительность вероятного кассового разрыва, дни

$r_{непл}$ — ставка издержек вследствие дефицита денежных средств, %

РДС — величина резервного остатка денежных средств организации, ден.ед.

PDC_{max} — максимально необходимая величина резервного остатка, задаваемая величиной платежного обязательства, ден. ед.

Определение оптимальной величины резервного остатка денежных средств основано на анализе поведения функции совокупных издержек на допустимом множестве $PDC \in \{0; PDC_{max}\}$.

Функция совокупных издержек по формированию резервного остатка может быть линейной или нелинейной возрастающей или убывающей в случае превышения в абсолютном выражении издержек по обеспечению платежеспособности над издержками по неплатежеспособности или превышения издержек по неплатежеспособности над издержками по обеспечению платежеспособности. Тогда, минимальная величина совокупных издержек равна максимальной величине издержек по неплатежеспособности, возникающей при нулевом резервном остатке. Либо минимальная величина совокупных издержек равна максимальной величине издержек по обеспечению платежеспособности, возникающей при максимально необходимой величине резервного остатка.

Если нелинейная функция совокупных издержек на допустимом множестве является выпуклой, то для нахождения ее наименьшего

значения необходимы: (1) расчет производной этой функции в точке РДС, (2) приравнивание производной функции совокупных издержек в точке РДС к нулю, (3) нахождение оптимальной величины резервного остатка денежных средств.

Если нелинейная функция совокупных издержек является вогнутой, то любым значениям резервного остатка на допустимом множестве соответствуют неравенства $I_{\text{сов}}(\text{РДС}) > I_{\text{сов}}(\text{РДС}_0)$ или $I_{\text{сов}}(\text{РДС}) > I_{\text{сов}}(\text{РДС}_{\text{max}})$. Следовательно, анализ значений резервного остатка на допустимом множестве, кроме $\text{РДС}=0$ и $\text{РДС}=\text{РДС}_{\text{max}}$, по критерию минимизации совокупных издержек по формированию резервного остатка не имеет смысла. Значения функции совокупных издержек в точках РДС_0 и РДС_{max} могут быть в различном соотношении друг с другом, следовательно, для определения оптимальной величины резервного остатка необходимо сравнение $I_{\text{сов}}(\text{РДС}_0)$ и $I_{\text{сов}}(\text{РДС}_{\text{max}})$.

Если нелинейная функция совокупных издержек на допустимом множестве является ломанной, то для нахождения ее наименьшего значения необходим сравнительный анализ ее значений во всех величинах резервного остатка денежных средств, соответствующих условиям договора или нормативных документов, регулирующих выполнение платежных обязательств организации. По результатам сравнительного анализа выбирается та величина резервного остатка, при которой совокупные издержки по его формированию являются минимальными.

Таким образом, в статье рассмотрены проблема сбалансированности денежных потоков организации, риска дефицита денежных средств и особенности применения такого метода предотвращения возникновения дефицита денежных средств организации, как формирование резервного остатка денежных средств.

Список литературы:

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2002. — 512 с.
2. Бочаров В.В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций. - М.: Финансы и статистика, 2002. — 144 с.
3. Сорокина Е.М. Анализ денежных потоков предприятия: теория и практика в условиях реформирования российской экономики. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 176 с.
4. Стоянова Е. Финансовый менеджмент. Российская практика. — М.: «Перспектива», 2006. — 487 с.
5. Тимофеева Т.В. Анализ денежных потоков предприятия. — М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010. — 368 с.

СЕКЦИЯ 11.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ АУТСОРСЕРОВ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ушанова Наталья Анатольевна

канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и менеджмент в строительстве», Самарский государственный архитектурно-строительный университет, г. Самара

E-mail: ushanovan@mail.ru

Текущая рыночная конъюнктура диктует новый план действий для участников рынка. Жесточайшая конкуренция, стремительно развивающиеся технологии — все это требует больших ресурсов и материальных затрат. В этих условиях необходимо сосредоточиться на повышении эффективности работы, снижении издержек, улучшении качества.

В последнее время новой и эффективной формой ведения бизнеса стал аутсорсинг — передача сторонней компании части выполняемых функций или даже целиком отдельный бизнес-процесс. Это позволяет сконцентрироваться на стратегических и основных функциях предприятия, снизить издержки и приспособляемость к новым технологиям, повысить надежность и отказоустойчивость процессов выполняемых аутсорсером.

Если качество готовой продукции представить в виде совокупности качеств элементов в нее входящих (1), тогда качество, за которое отвечает аутсорсер, можно описать через взаимодействие качества конкретной продукции (срок, объем, сложность, необходимость дополнительного обучения и т.д.) (2). Все это, в конечном счете, будет играть роль для роста конкурентоспособности аутсорсера.

$$Q = F(q_1, q_2 \dots q_n), \quad (1)$$

где: Q — качество продукта;

q_1 — качество одной функции продукта.

$$q_1 = F(q_1), \quad (2)$$

где q_1 — качество работы выполненной аутсорсером.

Оценка аутсорсера не осуществляется в случае, если:

- на рынке товаров (услуг) данного вида аутсорсер является единственным участником, или поиск других нецелесообразен;
 - аутсорсер выбран вышестоящей организацией.
- Выбор аутсорсера осуществляется при условии:
- отсутствия перечня приемлемых субподрядчиков;
 - отсутствия аутсорсеров в группах «отличный аутсорсер», «хороший аутсорсер».

Для осуществления выбора формируется конкурентный лист, в который заносится:

- наиболее известные аутсорсеры;
- цену на выполнение работ;
- сроки выполнения работ;
- гарантийные обязательства.

На основании конкурентного листа осуществляется выбор аутсорсера. Конкурентный лист хранится у инженера по качеству в течение 3 лет. После выбора аутсорсера инженер по качеству, осуществляет процедуры по организации субподрядный работ. По результатам работ инженер по качеству осуществляет опрос структурного подразделения — потребителя по вопросам качества работ. Результаты опроса заносятся в соответствующий конкурентный лист. При положительной оценке аутсорсер заносится в перечень потенциальных аутсорсеров.

Для каждого аутсорсера из перечня потенциальных и одобренных аутсорсеров инженер по качеству ведет карту учета бальных показателей, в которую заносит результаты оценки качества единичного факта выполнения работы. Аутсорсер должен оцениваться по следующим показателям: уровень дефектности; уровень выполнения графика; уровень реагирования на замечания организации к качеству работ и эффективность предпринимаемых мер; уровень цен; уровень реакции на гарантийную замену брака и возмещения убытков; уровень развития СМК [2, с. 49]. Каждый из показателей оценивается по пятибалльной шкале (табл. 1 и 2).

Таблица 1.

Шкала оценки показателей при осуществлении строительномонтажных работ

Наименование показателя	Критерий оценки	Балльная оценка
1. Общий уровень дефектности выполненных работ (Удф), выявленный на входном контроле, в эксплуатации (Удп. - базовое значение показателя уровня дефектности)	$Удф < Удп$	Отл. — 5
	$Удф \leq Удп$	Хор. — 4
	$Удф \square Удп$	Уд. — 3
	$Удф \square Удп$	Неуд. — 2

2. Уровень выполнения графика	По графику	Отл. — 5
	Разовая в течение года задержка сроком менее 3 дней	Хор. — 4
	Разовая задержка сроком более 3 дней или наличие повторной задержки.	Уд. — 3
	Более 2 задержек в течение года и (или) приостановка работы	Неуд. — 2
3 Уровень реагирования на замечания к качеству и эффективности предпринимаемых мер	3 дня	Отл. — 5
	5 дней	Хор. — 4
	12 дней	Уд. — 3
	14 дней и более	Неуд. — 2
4 Уровень цен (Цф — фактическая цена субподрядной работ; Цср — средняя стоимость выполненной работы на рынке)	$\text{Цф} < 0,9\text{Цср}$	Отл. — 5
	$\text{Цф} \leq \text{Цср}$	Хор. — 4
	$\text{Цф} > \text{Цср}$	Уд. — 3
	$\text{Цф} \geq 1,15 \text{Цср}$	Неуд. — 2
5 Уровень реакции на гарантийную замену брака, возмещение убытков	< 5 дней	Отл. — 5
	от 5 дней до 7 дней	Хор. — 4
	от 7 дней до 10 дней	Уд. — 3
	> 10 дней	Неуд. — 2
6 Уровень развития системы менеджмента качества	Имеется сертификат соответствия	Отл. — 5
	В организации функционирует не сертифицированная СМК, имеется Руководство по качеству и т.п.	Хор. — 4
	Есть план подготовки к сертификации	Уд. — 3
	Сертификат и план подготовки к сертификации в организации отсутствуют	Неуд. — 2

Таблица 2.

Шкала оценки показателей для проектировщиков

Наименование показателя	Критерий оценки	Балльная оценка
1. Выполнение работ установленным требованиям	Полное выполнение установленным требованиям	Отл. — 5
	Редкие отступления от установленных требований	Хор. — 4
	Частые отступления от установленных требований	Уд. — 3
	Грубые отступления от требований.	Неуд. — 2
2. Выполнение работ в заданные сроки	В сроки и раньше	Отл. — 5
	Разовая в течение года задержка сроком менее 3 дней	Хор. — 4

	Разовая задержка сроком более 3 дней или наличие повторной задержки.	Уд. — 3
	Более 2 задержек в течение года и (или) приостановка работы	Неуд. — 2
3. Степень реагирования к изменениям	3 дня	Отл. — 5
	5 дней	Хор. — 4
	12 дней	Уд. — 3
	14 дней и более	Неуд. — 2
4. Уровень цен (Цф — фактическая цена субподрядных работ; Цср — средняя стоимость выполненной работы на рынке)	$\text{Цф} < 0,9\text{Цср}$	Отл. — 5
	$\text{Цф} \leq \text{Цср}$	Хор. — 4
	$\text{Цф} > \text{Цср}$	Уд. — 3
	$\text{Цф} \geq 1,15 \text{Цср}$	Неуд. — 2
5. Квалификация и опыт проектировщика	Высшее образование, опыт работы более 5 лет и хорошие отзывы.	Отл. — 5
	Высшее образование, опыт работы более 5 лет.	Хор. — 4
	Высшее образование, опыт работы 5 лет и менее.	Уд. — 3
	Высшее образование, без опыта работы.	Неуд. — 2
6. Уровень развития системы менеджмента качества	Имеется сертификат соответствия	Отл. — 5
	В организации функционирует не сертифицированная СМК, имеется Руководство по качеству и т.п.	Хор. — 4
	Есть план подготовки к сертификации	Уд. — 3
	Сертификат и план подготовки к сертификации в организации отсутствуют	Неуд. — 2

Для каждого показателя в карте учета бальных показателей главным инженером устанавливаются базовые значения показателей дефектности выполненных работ. Оценке подвергаются аутсорсеры из перечня: потенциальных аутсорсеров; приемлемых аутсорсеров. Оценку проводит инженер по качеству на основании карт учета бальных показателей. Для каждого показателя: уровень дефектности; уровень выполнения графика; уровень реагирования на замечания организации к качеству выполненных работ и эффективность предпринимаемых мер; уровень цен; уровень реакции на гарантийную замену брака и возмещения убытков; уровень развития СМК, рассчитывается среднее значение оценки по всем фактам выполнения работ, по формуле (3):

$$\hat{O}_i = \frac{1}{K} \sum_1^K O_j, \quad (3)$$

где: Φ_i — средняя оценка по показателю i ;
 K — количество фактов выполнения работ;
 O_j — оценка по j -му факту работ.
 Итоговая оценка рассчитывается по формуле (4):

$$Q = \frac{1}{6} \sum_{i=1}^6 \hat{O}_i = \frac{1}{6} (\hat{O}_1 + \hat{O}_2 + \hat{O}_3 + \hat{O}_4 + \hat{O}_5 + \hat{O}_6), \quad (4)$$

где Q — средняя балльная оценка.

По полученной средней балльной оценке аутсорсера относят к той или иной группе. Группа определяется нормативными интервалами, которые устанавливаются настоящим стандартом (таблица 3).

Таблица 3.

Рекомендуемые нормативные интервалы для групп аутсорсеров

Группа аутсорсеров	Интервал средних балльных оценок	
	От	До
1.Отличный аутсорсер	4,6	5,0
2.Хороший аутсорсер	3,7	4,5
3.Удовлетворительный аутсорсер	3,0	3,7
4.Неудовлетворительный аутсорсер	2,0	2,9

По результатам оценки ежегодно оформляется перечень приемлемых аутсорсеров по форме, утверждаемый директором. При выборе аутсорсера инженер по качеству руководствуется перечнем приемлемых аутсорсеров. Результаты оценки служат входными данными при проведении руководством организаций анализа системы менеджмента качества [3, с. 83].

В результате проведения оценки аутсорсеров возможно принятие следующих мер:

1. Если отличный и хороший аутсорсер, то разрабатываются мероприятия по улучшению:

- разработать организационный порядок, определяющий правила поведения в организации, отношения власти и подчинения, стандарты работы, правила взаимоотношения между подразделениями, порядок информационного обмена;

- произвести оценку и развитие персонала;

- провести калибровку оборудования;

- разработать систему мотивации и мониторинга мотивации персонала;

- разработать улучшения к программе, в которой проходит работа с объектами;

- ввести более жесткий контроль в использовании СМК в организации;

- повысить квалификацию сотрудников, занимающихся разработкой охранных зон.

2. Если удовлетворительный аутсорсер, то разрабатываются корректирующие действия:

- разработка процедур, обеспечивающих деятельность работников, а также раскрывающих последовательность действий при решении проблем, возникающих в ходе трудовой деятельности;

- разработка политики работы с персоналом, нацеленной на развитие идентификации работников с организацией;

- разработка системы планирования и контроля;

- обучение руководителей подразделений управленческим технологиям, проведение консультаций, обучающих практикумов и тренингов;

- проведение калибровки оборудования и при необходимости его замены;

- разработка и внедрение системы менеджмента качества.

3. Если неудовлетворительный аутсорсер, то организация прекращает сотрудничество;

4. В случае, когда аутсорсер является монополистом или продиктован потребителем его оценка может не осуществляться.

Преимущества заключаются в том, что аутсорсинг позволяет существенно снизить себестоимость «экспортируемых» функций, добиться максимального качества и надежности их выполнения. Аутсорсеры имеют узкую специализацию, и как следствие большой опыт и профессионализм, что повышает качество, эффективность и надежность [1, с. 57]. Хорошее знание своих функций, наличие типовых шаблонов, большого количества клиентов позволяет аутсорсеру снижать цены на свои услуги и быть более привлекательным для строительной организации.

Список литературы:

1. Никифоров А.Д. Управление качеством: учеб. пособие. — М.: Дрофа, 2004.
2. Подлипаев Л.А. Технология внедрения и постоянного улучшения системы менеджмента качества на предприятии. — М.: Гелиос АРВ, 2004.
3. Пономарев С.В., Белобрагин В.Я. Управление качеством продукции. Введение в системы менеджмента качества: учеб. пособие. — М.: РИА «Стандарты и качество», 2004.

СЕКЦИЯ 12.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

РОЛЬ И РАЗВИТИЕ БИЗНЕС-СТРУКТУР В РЕСПУБЛИКЕ БУРЯТИЯ

Апыева Эльвира Джылдызбековна

аспирант, ВСГУТУ, г. Улан-Удэ

E-mail: apple1489@mail.ru

Многоукладная рыночная экономика на современном этапе развития характеризуется множеством форм собственности, являясь итогом социально-экономических преобразований в области изменения и развития отношений собственности и управления.

Экономика любой страны представляет собой взаимодействие множества бизнес-структур: предприятий, фирм, организаций различных организационно-правовых форм, производящих товары и услуги. Основной задачей таких хозяйствующих субъектов является извлечение и распределение прибыли в интересах его участников. Бизнес-структуры каждого субъекта отражают региональные особенности каждого субъекта.

Бизнес-структуры, действующие в экономике на данный момент различаются по многим характеристикам, таким как организационно-правовое устройство, профиль деятельности, характер и цели функционирования.

Некоторые предприятия бизнеса производят товары, необходимые для жизни человека: одежду, обувь, продукты питания и др. Некоторые производят товары, используемые в процессе производства: машины и станки, необходимые материалы. Существует также ряд других предприятий, оказывающих услуги, обеспечивающих комфорт и удобство человеческой жизни. Это предприятия, оказывающие транспортные услуги, услуги связи и предоставления энергии, консультационные и другие услуги.

Развитие разнообразных форм бизнеса в условиях конкурентных рыночных отношений нуждается в постоянном контроле состояния и

динамики развития, экономической оценки деятельности хозяйствующих субъектов.

В республике Бурятия ценность бизнес-структур возрастала на ранних этапах за счет автоматизации производственного процесса, позже за счет повышения эффективности и взвешенного регулирования. Но на сегодня она возрастает за счет создания бизнесом особых стратегий, включающих возможность чуткой реакции на быстро меняющиеся, и не всегда благоприятные, условия развития.

Бизнес региона постоянно сталкивается с новыми проблемами и рисками. По данным органов статистики республики Бурятия за 2011 г., на активность, к примеру, малых промышленных предприятий сохранялось отрицательное воздействие следующих факторов: «недостаток финансовых средств» (100 %), «высокий уровень налогообложения» (65 %), «неопределенность экономической ситуации» (43 %), «недостаток квалифицированных рабочих» (30 %). Значения этих показателей указывают на очевидные проблемы, которые необходимо, по мере возможности, решать государственным структурам для налаженного взаимодействия с бизнесом: снижение налоговой нагрузки; поддержание уверенности предпринимателей в стабильном экономическом будущем.

Стабильность и благосостояние экономики Республики Бурятия, а также ее развитие находятся в тесной взаимосвязи с состоянием ее бизнеса и в последнее время в Республике Бурятия вопросы поддержания высокого уровня активности бизнес-структур, и, соответственно, взаимодействия государственных и бизнес-структур становятся ключевыми в процессе регионального развития. Кроме того, бизнес Республики Бурятия осуществляет значимые не только экономические, но и социальные функции. Прежде всего, стимулирование экономического роста и научно-технического прогресса.

Привлечение бизнес-структур к сотрудничеству с государством также постоянно сталкивается с различными проблемами. Среди них, несовершенство форм и методов реализации партнерских отношений; неразвитости инвестиционной и инновационной среды и т. д.

В значительной мере и сами бизнес-структуры препятствуют достижению партнерских отношений с государством, что проявляется в преобладании собственных интересов над общественными. Только стремление бизнеса к получению максимальной прибыли, зачастую приводит к снижению уровня и качества жизни населения, нарушению гарантий в отношениях с наемными работниками, созданию дополнительных экологических проблем.

Стратегической целью социально-экономического развития Республики Бурятия является обеспечение качества жизни населения не ниже среднероссийского на основе устойчивого экономического роста и согласно Стратегии социально-экономического развития Республики Бурятия до 2025 года, Республика Бурятия, представлена крупным, средним и малым бизнесом, сосредоточенным в различных отраслях.

В настоящий момент в республике крупный бизнес представлен машиностроительной, добывающей, перерабатывающей, металлообрабатывающей, целлюлозобумажной, энергетической, топливной отраслями, пищевой и легкой промышленностью, а также лесоперерабатывающим и минерально-сырьевым комплексом. Действующая промышленная сила республики - около 150 организаций, на которых занято примерно 5 тыс. человек. Среди крупнейших предприятий: ОАО «Улан-Удэнский авиационный завод», ОАО «Бурятзолото», ГУП «Улан-Удэнский локомотивовоенремонтный завод», ЗАО «Улан-Удэстальмост», ОАО «Улан-Удэнское приборостроительное объединение», ОАО «Селенгинский целлюлозо-картонный комбинат», ОАО «Байкальская лесная компания», ОАО «Разрез Тугнуйский», ОАО «Бурятмясопром», ЗАО Кондитерская фабрика «Амта», ОАО «Макбур», ОАО «Байкалфарм».

В республике Бурятия малый бизнес играет важнейшую социальную роль, обеспечивая работой экономически активную часть населения. Ниже в таблице представлены численность и оборот малых предприятий по видам экономической деятельности в 2010 г. по данным органов статистики Республики Бурятия. По приведенным данным количество занятых на предприятиях малого бизнеса в 2010 г. составило 28718 человек.

Некоторые сферы малого бизнеса неизменно предоставляют большее количество рабочих мест.

Таблица 1.

Численность и оборот малых предприятий республики Бурятия по видам экономической деятельности в 2010 г.

	Средняя численность работников - всего		Оборот малых предприятий - всего	
	человек	в процентах к итогу	млн. руб.	в процентах к итогу
Всего	28718	x	31851,4	x
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	2148	7,5	772,6	2,4
рыболовство, рыбоводство	298	1,0	66,3	0,2
добыча полезных ископаемых	464	1,6	79,8	2,5
обрабатывающие производства	2876	10,0	2181,6	6,8
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	2230	7,8	1164,6	3,7

строительство	4171	14,5	6468,2	20,3
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	5872	20,4	15837,9	49,7
гостиницы и рестораны	1087	3,8	775,6	2,4
транспорт и связь	1591	5,5	771,5	2,4
финансовая деятельность	49	0,2	9,5	0,0
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	7078	24,6	2690,9	8,4
здравоохранение и предоставление социальных услуг	64	0,2	26,2	0,1
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	757	2,6	283,4	0,9

На предприятиях, занимающихся операциями с недвижимым имуществом, арендой, и предоставлением услуг было занято 7078 чел., на предприятиях оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования — 5872 чел.

Нужно отметить, что в настоящее время государственные структуры республики принимают меры по поддержке бизнеса. Такие структуры, как Фонд поддержки малого бизнеса предоставляют различные займы и кредиты. Также перспективные бизнес-проекты получают безвозмездные гранты в рамках выполнения государственных социальных программ. На сегодня в республике существует около 17 различных форм государственной поддержки малого бизнеса, сформирован гарантийный фонд по кредитам субъектов малого предпринимательства на сумму около 365 млн. рублей. Республиканский бюджет выделяет средства на реализацию инвестиционных проектов.

Перспективы роста числа бизнес-структур по Республике Бурятия свидетельствуют о том, что возрастает и необходимость государственной поддержки бизнеса и развития новых форм эффективного взаимодействия государства и бизнеса.

Список литературы:

1. Постановление о стратегии социально-экономического развития Республики Бурятия от 15 декабря 2007 г. № 410
2. Ермаков А.А. Вопросы взаимодействия властных и предпринимательских структур в современной России. Финансовый Бизнес.2011., март-апрель, с. 52—54.

3. Макаров И.Н. Государство и бизнес: эволюция партнерства. Российское предпринимательство. 2009. № 3(1), с. 96-100.
4. Статистический ежегодник Бурятия-2011. Федеральная служба государственной статистики. [электронный ресурс] - <http://90.188.52.102/bgd/18/IswPrx.dll/Stg/dg00/ig00030r.htm> (дата обращения 17.06.2012 г.)

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ЭЛИТНОГО СЕМЕНОВОДСТВА (НА МАТЕРИАЛАХ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Ивакина Инга Сергеевна

*ассистент Брянского государственного университета имени
академика И.Г. Петровского, г. Брянск
E-mail: ivakinais@yandex.ru*

Развитие общества в XXI веке происходит на основе использования научных знаний и создаваемых на их базе высокоэффективных технологий. В связи с этим одним из важнейших приоритетов государственной политики Российской Федерации является инновационный путь развития государства.

Инновационная деятельность охватывает все отрасли государства, в том числе и агропромышленный комплекс (АПК). Нарастание производства сельскохозяйственной продукции и удовлетворение потребностей населения в продуктах питания за счет внутреннего рынка является важнейшей задачей отечественного сельского хозяйства, обеспечения продовольственной безопасности России.

Картофель традиционно относится к числу важнейших сельскохозяйственных культур разностороннего использования. На протяжении многих лет Российская Федерация входит в число мировых лидеров по посевным площадям и валовому производству картофеля, но по урожайности значительно отстает от среднемирового уровня. При средней урожайности картофеля в мире 16 т/га в России этот показатель колеблется в пределах 10—13 т/га.

Одним из главных факторов хронически низкой урожайности картофеля является использование некачественного семенного материала. Это объясняется рядом проблем, существующих в отечественной селекции и семеноводстве картофеля:

- -недостаточные объемы производства здорового исходного материала;
- слабая и изношенная база научных учреждений;
- низкая заработная плата специалистов, работающих на государственных сортоучастках, как следствие, сроки испытания сортов и их регистрация затягиваются;
- отсутствие у научных учреждений средств на коммерческую «раскрутку» выведенных сортов картофеля;
- отсутствие в современном законодательстве типового технического регламента производства оригинального, элитного и репродукционного семенного картофеля.

В сложившейся ситуации может возникнуть угроза вытеснения сортов отечественной селекции. Важнейшее значение имеет совершенствование схем производства и управления семеноводством картофеля на региональном уровне с применением современных форм кооперации, органично сочетающих интересы науки и производства и отвечающих принципам рыночных отношений [1, с. 68].

В «Государственном реестре селекционных достижений, допущенных к использованию» в России в 2012 году зарегистрировано 318 сортов картофеля. Сорт российской селекции в Государственном реестре РФ 164, но из них в производстве в разных регионах России активно используется лишь 20-25 сортов [4].

Одно из лидирующих положений по производству картофеля занимает Брянская область. Агроклиматические условия Брянской области разнообразны как по плодородию почвы, так и по количеству, равномерности распределения осадков за вегетационный период, сумме эффективных температур.

Среди лидеров производства картофеля в Брянской области выделяют ООО «Картофельная нива» (Унечский район), Климовскую картофельную компанию (Климовский район), фермерское хозяйство «Богомаз» (Стародубский район) и ряд других сельхозпредприятий с посевной площадью более 1 тысячи гектаров.

Кроме того, в области успешно работают три элитно-семеноводческих хозяйства по картофелю: ФГУП «Первомайское» (Почепский район), ФГУП «Судость» (Погарский район) и ТнВ «Октябрь» (Стародубский район), которые обеспечивают хозяйства семенным материалом [3].

Объективно оценивая сильные и слабые стороны отечественных и зарубежных сортов, необходимо отметить, что основными преимуществами многих иностранных сортов являются привлекательный внешний вид клубней, их красивая выровненная форма, что очень важно в

современных условиях. Если раньше главная задача наших производителей сводилась в основном к получению запланированного валового сбора клубней, то сейчас рыночные условия предъявляют гораздо более высокие требования к товарному внешнему виду клубней, что во многом определяет потребительский спрос на рынке картофеля и существенно влияет на цену. Безусловно, важным показателями являются также содержание сухих веществ в клубнях, их крахмалистость. Поэтому большинство предприятий Брянской области предпочитают работать с иностранными сортами картофеля [2, с. 10].

Главной целью товаропроизводителя является получение максимальной прибыли. Каждый затраченный рубль в условиях рыночной экономики должен приносить прибыль. При принятии хозяйственных решений по выбору новых сортов, технологий необходимо провести их экономическую оценку, определить эффективность их применения. Именно экономическая эффективность и отражается в сопоставлении результата — стоимости продукции со стоимостью всех затрат на ее производство.

Таблица 1.

Экономическая эффективность возделывания элитных семян картофеля в ФГУП Брянской области, 2011 г.

Показатели	Сорт картофеля		
	Брянский деликатес	Брянский надежный	Погарский
1. Урожайность, ц/га	190	198	203
2. Цена реализации 1 ц продукции, руб.	890	890	890
3. Стоимость валовой продукции, руб.	169100	176220	180670
4. Чистый доход с 1 га, руб.	80840	88491	94147

Проанализируем экономическую эффективность возделывания различных сортов картофеля среди предприятий — лидеров в этой отрасли: федеральных государственных унитарных предприятий (ФГУП) и крестьянских (фермерских) хозяйств, результаты расчетов представим в таблицах 1, 2.

Таблица 2.**Экономическая эффективность возделывания элитных семян картофеля в крестьянских (фермерских) хозяйствах Брянской области, 2011 г.**

Показатели	Страна — производитель картофеля		
	Нидерланды	Беларусь	Финляндия
1. Урожайность, ц/га	360	333	533
2. Цена реализации 1 ц продукции, руб.	400	400	700
3. Стоимость валовой продукции, руб.	144000	133200	373100
4. Чистый доход с 1 га, руб.	66600	57000	290740

По результатам проведенного анализа, можно сделать следующие выводы: федеральные государственные унитарные предприятия Брянской области занимаются размножением и выращиванием преимущественно Брянских сортов картофеля, выведенных ГНУ Брянской опытной станцией по картофелю, крестьянские (фермерские) хозяйства — наоборот — предпочитают иностранные сорта. Чистый доход картофеля с 1 га в ФГУП значительно выше, чем в крестьянских (фермерских) хозяйствах, кроме сорта из Финляндии, это объясняется более высокой ценой реализации. В крестьянских (фермерских) хозяйствах цена реализации картофеля ниже, но объемы продаж и посевные площади гораздо выше, чем на других предприятиях. Наибольший чистый доход с 1 га показал сорт из Финляндии — 290740 рублей, рентабельность составила 353%.

Таким образом, одним из важнейших резервов увеличения производства картофеля является повышение эффективности использования потенциала сортов за счет улучшения качества семенного картофеля и широкого использования новых высокоэффективных технологий. Какие лучше выбрать сорта — решать предприятиям. Одни выбирают только российские, другие — только зарубежные. Вместе с тем, резкое увеличение в общем ассортименте зарубежных сортов селекции может иметь отрицательные последствия. Вытеснение отечественных сортов может создать реальную угрозу российской селекции. Нельзя допустить, чтобы отечественные селекционные программы сокращались из-за экспансии зарубежных сортов. Кроме того, вытеснение российских сортов может не только затормозить развитие отечественной селекции, но и создать определенную угрозу для национальной продовольственной безопасности страны. Российские картофелеводы могут оказаться в постоянной зависимости от импорта зарубежных сортов и семенного материала.

Для решения проблемы повышения качества семенного материала российских сортов картофеля, необходима разработка

принципиально нового подхода к семеноводству картофеля, основанного на современном мировом опыте.

Список литературы:

1. Анисимов Б.В., Еланский С.Н., Симаков Е.А., Склярова Н.П., Яшина И.М. Сорта картофеля, возделываемые в России: ежегодное приложение к газете «Картофелевод». — М, 2005. — 112 с.
2. Молявко А.А. Возделывание картофеля в фермерских и крестьянских хозяйствах. — Брянск, 2009. — 83 с.
3. Сайт Картофельная система [электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.potatosystem.ru/kartofelevodstvo-bryanskoy-oblasti-1/> (дата обращения 01.06.2012 г.)
4. Сайт kartofel.org. [электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.kartofel.org/konferencii/msu/resolution.htm> (дата обращения 07.06.2012 г.)

СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Капица Галина Павловна

старший преподаватель ОГУ, г. Оренбург

E-mail: kapicha@yandex.ru

Одним из направлений совершенствования государственного управления регионального развития в современных условиях является разработка стратегического плана социально - экономического развития региона. Стратегия социально-экономического развития региона должна стать механизмом координации в территориальном и временном разрезах мероприятий, предусмотренных стратегиями, программами развития отдельных секторов экономики, народного хозяйства, муниципальных образований. Процесс формирования стратегических планов территории должен начинаться с разработки стратегической карты. Определенные исследования в этом направлении представлены в работах как отечественных (Андрея Гершуна и Микаэла Горского), так и зарубежных ученых Д. Нортон и Р. Каплана, Хьюберта Рамперсада, Майкла Портера. Особенностью настоящего исследования является ориентация стратегического плана на повышение качества жизни

каждого человека, проживающего как на территории региона, так и на территории управляемой органами местного самоуправления.

Стратегическая карта — это инструмент для определения целей и их взаимосвязей на всех уровнях управления — от региона в целом до отдельных субъектов.

Стратегическая карта может рассматриваться как графический метод, описывающий стратегию в виде набора стратегических целей и причинно - следственных связей между ними.

Суть метода заключается в том, что стратегические карты дают возможность формулировать и отображать то, как можно эффективно создавать стратегию, согласовывая стратегические цели через цепь причинно-следственных связей. Стратегические карты показывают каждую цель как текст, заключенный в графическую фигуру (обычно овал или прямоугольник); на карте присутствует небольшое количество целей; цели распределены по стратегической карте среди горизонтальных полос, каждая из которых представляет собой «перспективу»; причинно-следственные связи между стратегическими целями отображаются с помощью стрелок, которые связывают цели между собой или отображают направление такой связи. Под перспективой понимается классификация целей по отношению к факторам, создающим конкурентные преимущества региона, а под причинно-следственными связями между целями — связи, показывающие направление и силу влияния (количественного и качественного) возможность достижения одной цели на возможность достижения другой цели.

К построению стратегической карты приступают, имея краткое описание миссии, видения и стратегии региона. Составление стратегической карты сводится к объединению целей региона в четырех составляющих сбалансированной системы показателей (ССП). Главное предназначение СПП на региональном уровне состоит в усилении стратегии развития экономики региона, ее формализации, проведении и донесении до каждого руководителя муниципального образования или района региона, обеспечении мониторинга и обратной связи с целью отслеживания и генерации организационных инициатив внутри подсистем экономической системы, т.е. всего региона. Такая система должна уравновесить, сбалансировать точность экономических, социальных, финансовых и других данных факторами будущих результатов деятельности экономической системы региона. Особенностью использования стратегической карты (СК) является то, что она предназначена для определения и наглядного описания стратегических целей, задач и показателей, а также путей их достижения и решения. СК

может быть создана на любом уровне управления, и каждый уровень будет иметь возможность видеть свое место на общей СК.

Структура стратегической карты имеет четыре уровня (финансовое положение региона; партнеры региона и рынок сбыта; внутренние бизнес-процессы; развитие региона и его персонал). Можно добавлять уровни на стратегическую карту или заменять одни на другие. Стратегическая карта и представляет собой изображение для логичного и четкого изложения и разъяснения стратегии. Логику построения стратегической карты (иначе — что нужно сделать, чтобы ее грамотно построить) можно описать следующим образом. Регион, осуществляющий экономическую деятельность, представляется в виде системы процессов. Выявив основные бизнес-процессы, их «протаскивают» через стратегическую карту. Сразу же нужно оговорить, что особенностью в СП является то, что название перспектив нельзя воспринимать в буквальном смысле — они отражают лишь результат в данной сфере (т. е. результаты любых процессов региона, приводящие к достижению запланированных целей). Разработка стратегической карты сделает понятными и близкими каждому субъекту региона стратегические цели и задачи, а также пути их достижения и решения. Начать следует с финансовой составляющей стратегической карты, а затем последовательно рассмотреть клиентскую, внутреннюю и составляющую обучения и развития.

Стратегическая карта описывает логику стратегии, четко показывая важнейшие внутренние процессы, которые создают стоимость, и определяя нематериальные активы, необходимые для их поддержки. Сбалансированная система показателей переводит цели стратегической карты в показатели и конкретные задачи.

Стратегическая карта — это диаграмма или схема, описывающая стратегию в виде логичного и четкого изложения и разъяснения стратегии, превращая карту из редко используемого документа, в план действий. Стратегическая карта является наглядной моделью интеграции целей организации в четырех составляющих сбалансированной системы показателей. Она является иллюстрацией причинно-следственных отношений между желаемыми результатами клиентской и финансовой составляющих, с одной стороны, и выдающимися результатами, полученными в основных внутренних бизнес-процессах — производственном менеджменте, управлении клиентами, инновациях и законодательных и социальных процессах. Это позволяет сформировать целостную картину того, как должен развиваться регион, помогает расставить приоритеты и предвидеть последствия принимаемых решений с точки зрения достижения стратегических целей. Таким

образом, управление регионом становится стратегически ориентированным.

С помощью стратегической карты можно проследить, как нематериальные активы (например, степени квалифицированных, высокомотивированных работников и клиентских информационных баз данных) преобразуются в материальные результаты (например, в привлечение новых партнеров, за которым последует рост доходов от реализации новых товаров и услуг, что в итоге приведет к повышению уровня прибыли). Разработанная стратегическая карта представляет собой полноценное и логическое описание того, как стратегия будет осуществлена. Следует заметить, что само построение стратегической карты ни в коем случае не заменяет разработку стратегии и карта не является инструментом по разработке стратегии, а может лишь использоваться для отражения результатов стратегических изысканий. И все же при использовании карты деятельность региона становится более понятной и структурированной.

Создание стратегической карты — необходимый шаг для определения целей и показателей, а также причинно-следственных связей между ними. Создавать стратегические карты можно для любого уровня управления, вплоть до индивидуальных карт. Процесс построения карты делает стратегию «прозрачной». Любой человек, взглянувший на цели, связи между ними и методы оценки реализации этих целей, зафиксированные в стратегической карте, с легкостью определит основные положения стратегии региона.

Список литературы:

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп.— М.: Экономистъ, 2008.— 215 с.— ISBN: 978-5-9693-0127-6.
2. Гершун А.М., Нефедьева Ю.С. Разработка сбалансированной системы показателей. Практическое руководство. — М.: ЗАО Олимп-Бизнес, 2004. — 88 с. — ISBN: 5-891038-96-8.
3. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. — 512 с. — ISBN: 5-901028-96-1.
4. Рамперсад Хьюберт К. Индивидуальная сбалансированная система показателей. Путь к личному счастью, гармоничному развитию и росту эффективности организации / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. — 176 с. — ISBN: 5-9693-0021-7
5. Третьяк С.В. Строим стратегическую карту [Электронный ресурс]: электронный журнал Библиотека показателей — Режим доступа: <http://www.kpilib.ru> — 10.12.201

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ

Кияткина Екатерина Петровна

*канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры ЭМС ФГБУВПО
«Самарский государственный архитектурно-строительный
университет», г. Самара*

Федорова Светлана Владимировна

*ассистент кафедры ЭМС ФГБУВПО «Самарский государственный
архитектурно-строительный университет», г. Самара
E-mail: ems_kafedra@mail.ru*

Для анализа инвестиционной привлекательности мировые инвестиционные агентства используют различные методы и модели. Например, модель Political System Stability (PSSI; Ecological Approach), измеряющая серию дискретных компонентов политической и социальной среды (таких, как количество мятежей, этнолингвистическая фрагментация, эффективность законодательства и др.)

Вторая модель, так называемый "экологический" подход Кнудсена (Knudsen's Ecological Approach), где высокий уровень национального психологического напряжения будет наблюдаться там, где существует разрыв между ожиданиями людей и их благосостоянием (динамические концепции). Взаимодействуя с видимым иностранным сектором, такое положение может привести к интервенции или экспроприации, в первую очередь, иностранных фирм.

Следующую группу составляют экспертные оценки как результат многоступенчатого консультационного процесса, зачастую основанного на эконометрических данных. По результатам опроса, страны ранжируются с учетом определенных критериев. Логика составления рейтингов включает несколько этапов: выбор переменных (например, политическая стабильность, степень экономического роста, степень инфляции, уровень национализации и др.), определение веса каждой переменной, обработка показателей.

Количество и состав факторов, определяющих инвестиционный климат, различны для каждого рейтинга, и их выбор обусловлен спецификой измеряемого показателя и профессиональными интересами разработчиков и пользователей. Так, оценка странового риска по рейтинг) Composite ICRG risk rating показывает, что более 50 % из 100 % приходится на долю политического риска.

В страновых финансово-ориентированных рейтингах для характеристики общих экономических и политических тенденций, таких как степень национального контроля над ключевыми секторами экономики, политическая нестабильность, международный статус страны, изменения в торговом балансе правительства и фирм, применяются группы переменных. Количественные параметры используемых индикаторов обычно комбинируются с мнениями экспертов и формируют сложную динамическую модель, позволяющую прогнозировать развитие национальной и международной экономики. Преимущество индикаторов — в их объективности и (в большинстве случаев) измеряемости, что позволяет быстро создавать точные отчеты о событиях. Однако крупной проблемой остается теоретическая обоснованность индикаторов. Другая проблема заключается в статичности рейтингов, так как они рассматривают прошедшие события и условия, которые могут не иметь никакой связи с будущим.

Особенностью индекса непрозрачности компании Price Water House Coopers является учет качества национальных бухгалтерских и управленческих стандартов. В международной практике для оценки этих факторов используются как количественные критерии (макроэкономические, статистические, демографические показатели и индексы), так и экспертные оценки.

Примером анализа инвестиционной привлекательности, основанного на количественных критериях, является индекс экономической свободы, экспертные оценки (результаты опросов и исследований) положены в основу индекса коррумпированности Transparency International Corruption Perceptions Index, комбинированный подход применяется при вычислении индекса странового риска компанией PRS Group. Анализ методик, используемых вышеперечисленными агентствами, позволил нам выявить общие факторы-детерминанты инвестиционного климата в стране, которые могут быть использованы в качестве базисных для анализа возможностей инвестирования. Они позволяют дать комплексную и разностороннюю оценку аспектов рисковости и привлекательности вложения капитала и не включают в себя критерии, которые используются исключительно в рамках одного рейтинга для характеристики каких-либо специфических условий.

Исследование инвестиционного климата РФ, проведенное по вышеперечисленным факторам методикам, позволило сделать следующие выводы.

По показателю либерализации РФ попадает в одну группу стран с Японией, Канадой, Филиппинами, Индонезией, Тайванем, Индией и др. Это свидетельствует о том, что российская законодательная база в

данной области соответствует мировой практике (ограничение доступа иностранного капитала в отдельные отрасли, необходимость получения разрешений).

Создание наиболее открытых условий для прихода иностранного капитала является частью экономической политики небольших стран (например, Эстонии, Сингапура, Ирландии, Люксембурга, Нидерландов) или стран с очень сильными национальными предприятиями, таких как Германия, США, Великобритания.

Либерализм российского инвестиционного законодательства состоит в наличии следующих возможностей: получения льгот для приоритетных проектов, создания предприятий под стопроцентным иностранным контролем, участия иностранных инвесторов в приватизации при сохранении ограничений иностранного капитала в стратегических отраслях. Основные негативные факторы - криминал и коррупция, неэффективная судебная система, меняющаяся законодательство.

В сфере регулирования внешней торговли Россия считается страной с высоким уровнем протекционизма и широко использующей практику частых и непредсказуемых изменений таможенного законодательства в условиях произвола таможенных органов. Подобная ситуация характерна для Малайзии, Ирана, Суринама и Аргентины. Самый низкий балл "5" по этому критерию имеют Вьетнам и КНР.

По степени финансового риска Россия может быть отнесена к группе стран с очень низким уровнем (Словакия, Испания, Чешская Республика, Германия и др.). Благоприятными были соотношение платежей по обслуживанию внешнего долга к валовому экспорту (на уровне 10,3 %) и состояние платежного баланса.

Фактор коррумпированности является одним из самых важных компонентов инвестиционной привлекательности страны. Его оценка характеризует процессы взаимодействия инвестора с регулирующими органами принимающей страны и определяет сложность получения лицензий и разрешений, а также практику таможенного и налогового обложения

Результаты исследования рейтинговых агентств указывают инвестору на необходимость создания резервов для преодоления административных барьеров. Так, налоговый эквивалент в России (показатель скрытого налога, связанного с эффектом непрозрачности экономики) равен 24 %. Это значит, что ведение бизнеса в современных условиях в РФ реально обходится предпринимателям дополнительным 24 %-ным налогом на прибыль. Из 35 обследуемых стран выше России этот показатель только у Китая/Страны с большой степенью

непрозрачности должны оплачивать более высокие проценты по долгу, который они заимствуют.

Нами проведена сравнительная характеристика инвестиционной привлекательности РФ для инвестора, основанная на сопоставлении оценок факторов инвестиционного климата РФ с аналогичными оценками, полученными для других стран.

Сравнительный анализ показал, что как по оценкам условий хозяйствования в стране (индекс экономической свободы Index of Economic Freedom), так и по индексу непрозрачности Россия предлагает инвесторам сравнительно худшие условия, чем другие страны, входящие в круг инвестиционных приоритетов основных международных компаний.

Однако оценки финансовых и экономических рисков (по методике Composite ICRG Risk Rating), связанных с осуществлением инвестиционной деятельности в России, находятся в пределах диапазона 21—22 % от наилучшей оценки, что выше показателей многих стран.

Но необходимо отметить, что международные рейтинговые агентства очень негативно оценивают политическую обстановку в России, присваивая ей очень высокий показатель риска.

Наиболее наглядно несостоятельность большинства оценок ведущих рейтинговых агентств подтверждает развитие экономик Китая, Вьетнама, Индии, Малайзии, ЮАР и еще ряда стран. Из этого можно сделать вывод, что существующие методики в современных условиях не в полной мере отражают реальную экономическую ситуацию в мире, прежде всего из-за того, что в расчетах применяется очень большое количество политических компонент. Поэтому, на наш взгляд, необходима разработка новых методик по оценке инвестиционной привлекательности стран и регионов.

Список литературы:

1. Гуров В.И., Тимошенко А.М. Методы и модели для анализа инвестиционной привлекательности экономического роста и развития регионов // Научно-информационный журнал «Экономические науки». 2011. № 2 (75). С. 230-235.
2. Юргелас М. Региональные проблемы социально-экономического развития России // Обозреватель — Observer/2007. № 9. С. 49-51.
3. Чередниченко Л.Г. Оценка влияния региональных финансовых факторов на эффективность экономического роста // Региональная экономика: теория и практика. 2004. № 11. С. 7-13.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ НА СЕВЕРЕ РОССИИ

Леонтьева Карина Николаевна

*аспирант Финансово-экономического института Северо-Восточного
федерального университета им. М.К. Аммосова, г. Якутск*

E-mail: kleontieva88@yandex.ru

Наличие энергии — одно из необходимых условий для существования человеческой цивилизации. В настоящее время остро стоит проблема иссякаемости природных ресурсов. Поэтому целью энергетической политики любой страны является максимально эффективное использование природных топливно-энергетических ресурсов и потенциала энергетического сектора для роста экономики и повышения качества жизни населения.

Россия располагает значительными запасами энергетических ресурсов и мощным топливно-энергетическим комплексом, который является базой развития экономики, инструментом проведения внутренней и внешней политики. Россия считается крупным экспортером топлива и энергии среди стран мира. Она располагает примерно 25 % всех энергоресурсов планеты: 45 % мировых запасов газа, 13 % нефти, 14 % урана.

Задачами энергетической политики России являются:

- полное и надёжное обеспечение населения и экономики страны энергоресурсами по доступным и вместе с тем стимулирующим энергосбережение ценам, снижение рисков и недопущение развития кризисных ситуаций в энергообеспечении страны;
- снижение удельных затрат на производство и использование энергоресурсов за счёт рационализации их потребления, применения энергосберегающих технологий и оборудования, сокращения потерь при добыче, переработке, транспортировке и реализации продукции ТЭК;
- повышение финансовой устойчивости и эффективности использования потенциала энергетического сектора, рост производительности труда для обеспечения социально-экономического развития страны;
- минимизация техногенного воздействия энергетики на окружающую среду на основе применения экономических стимулов, совершенствования структуры производства, внедрения новых технологий добычи, переработки, транспортировки, реализации и потребления продукции.

Одним из ключевых направлений доктрины устойчивого развития является обеспечение воспроизводства возобновляемых ресурсов, замедление темпов эксплуатации почерпаемых ресурсов и замещение их возобновляемыми, снижение нагрузки на ассимиляционный потенциал окружающей среды.

В мире на нетрадиционные источники энергии приходится всего 1 % мировой выработки электроэнергии. В то же время ВИЭ — это наиболее динамично развивающаяся в мире форма генерации энергии. Ежегодно темпы ее глобального роста превышают 10 % и, по прогнозам, будут сохраняться в будущем.

Для многих стран малая и возобновляемая энергетика в настоящее время является важным компонентом энергообеспечения. Она играет существенную роль в энергоснабжении США, Китая, Индии, Дании, Исландии, Новой Зеландии, Канады, Германии, Норвегии, Испании и других стран. Привлекательность ВИЭ связана с неисчерпаемостью этих ресурсов, независимостью от конъюнктуры цен на мировых рынках энергоносителей, экологической чистотой, низкой стоимостью эксплуатации.

Доля нетрадиционных возобновляемых источников энергии в балансе России сегодня не превышает 1,5 % (удельный вес нефти, природного газа и угля суммарно составляет около 90%). Здесь Россия значительно отстает от многих стран. На самом деле запасы этих источников, поддающихся использованию уже на сегодняшнем техническом уровне, огромны. В России есть все виды ресурсов ВИЭ. Их экономический потенциал составляет 270 млн. т у.т., т. е. более 25% внутреннего энергопотребления [1].

Напротив, потенциал органического топлива очень мал. Так, по официальным прогнозам легко добываемого газа в России хватит на 80 лет, а нефти — на 20 лет. Если расход электроэнергии на 1 доллар ВВП в развитых странах — 0,46 кВт/ч, в США — 0,52, а в России — 4,7. Российские удельные затраты электроэнергии в десять раз превышают мировые, а с учетом больших транспортных, технологических потерь — почти в 15 раз. Доля электроэнергии в структуре себестоимости валового продукта в России доходит до 50 процентов, в развитых странах — до 5.

Что касается труднодоступных многих районов страны (особенно, Сибири) по некоторым оценкам от 50 до 70% территории России с населением 20 млн. человек не охвачены централизованным электроснабжением [2, с. 68]. Во всех северных районах значительная часть мелких теплоэлектростанций и котельных использует оборудование и технологии середины XX века, многие из них имеют

крайне высокую степень износа, потребляют почти в два раза больше топлива, чем современные станции. Структура расселения национальных сообществ во многом соответствует распределению потенциала возобновляемых источников энергии, кроме того, национальные меньшинства являются социально незащищенными энергопотребителями, т. к. затрачивают значительную часть бюджетов домохозяйств на оплату энергии. И поэтому для многих регионов возобновляемые источники энергии могут быть единственным источником энергии, а значит, и существования. Учитывая эти факторы, вовлечение национальных сообществ в процесс внедрения «зеленых» энерготехнологий позволяет решить целый комплекс социально-экономических проблем.

Российский Север обладает огромным потенциалом нетрадиционных возобновляемых источников энергии. Именно здесь следует развивать ВИЭ, на территориях, где отсутствуют системы централизованного энергоснабжения, покрывающие лишь примерно 1/3 территории страны. На 70 % территории с населением около 20 млн. человек энергоснабжение потребителей осуществляется преимущественно с помощью автономных энергоустановок, работающих на дорогом привозном жидком топливе.

Республика Саха (Якутия), являясь самым большим территориальным образованием России, занимает пятую ее часть площадью 3103 тыс. кв. км. и населением 950,0 тыс. чел. Она расположена в зоне со сложнейшими климатическими условиями (перепад температур от +40С летом до —65С зимой).

Республика Саха (Якутия) по своим природным и территориальным условиям не имеет аналогов на планете. Якутия одна из крупнейших территорий в составе Российской Федерации, находится в северо-восточной части Азиатского континента, в бассейне рек Лены, Яны, Индигирки и низовьях реки Колымы. Северная часть Якутии омывается самыми холодными в Арктике морями: Лаптевых и Восточно-Сибирским.

Около 40 % республики расположено за Северным полярным кругом, более 90 % территории республики не затронуто промышленным и иным освоением и представляет собой ненарушенные природные экосистемы, на долю Якутии приходится более 15 % дикой природы всего мира.

Территория Якутии находится в пределах трех часовых поясов. Почти вся континентальная территория Якутии представляет собой зону сплошной многовековой мерзлоты. Средняя мощность мерзлого слоя достигает 300—400 м, а в бассейне реки Вилюй — 1500 м: это максимальное промерзание горных пород на земном шаре.

Природно-климатические условия Якутии во многих отношениях характеризуются как экстремальные. Прежде всего, Якутия — самый холодный из обжитых регионов планеты. По абсолютной величине минимальной температуры до минус 70°C и по ее суммарной продолжительности (от 6,5 до 9 месяцев в год) республика не имеет аналогов. Сама жизнедеятельность человека и способы ведения хозяйства требуют особых подходов и технологий. Так, в среднем на территории Якутии продолжительность отопительного сезона составляет 8-9 месяцев в году, в то же время в арктической зоне — она круглогодична.

В настоящее время в арктических районах Якутии 54 % населения проживает в поселках городского типа, 46 % в селах. Жители сел и родовых селений арктических улусов занимаются сельским хозяйством: оленеводством, рыболовством и охотой. В районах не функционируют крупные производственные производства, кроме россыпной добычи алмазов в Анабарском улусе, морского порта в Тикси, речного судоходства и аэропортов. Большинство сел арктических улусов, в которых проживают представители местного населения (русские, якуты, эвены, эвенки, чукчи, юкагиры) расположены в труднодоступных местностях.

Электроснабжение этих сел осуществляется от дизельных электростанций, для работы которых требуется постоянный завоз дизельного топлива. Суровые климатические условия и отсутствие постоянной дорожной сети создают большие трудности с доставкой топлива, необходимостью его складирования и создания резервов в связи с сезонностью его доставки. Описанная ситуация привела к возникновению проблем, связанных с высокой и постоянно растущей стоимостью завозного дизельного топлива, приводящего к росту тарифов на электроэнергию, к усилению зависимости населения и предприятий от регулярности и бесперебойности поставок дизельного топлива, ухудшению экологии территорий. Высокая стоимость электроэнергии для населения арктических улусов, занятых в сельском хозяйстве и имеющих невысокие доходы, приводит к ухудшению качества жизни на арктических территориях, имеющих в будущем стратегическое значение для нашей страны.

Основным направлением развития энергетики в республике может стать использование возобновляемой энергии, в частности, энергии ветра, потенциал которого в Якутии на высоте 50 м. составляет 27,9 млрд. кВт*ч/год.

В настоящее время на территории Республики действует одна ветряная энергоустановка в п. Тикси, тестовый вариант мощностью

250 кВт, и экспериментальная солнечная электростанция в Горном районе мощностью 300 Вт. [2].

Для оценки экономической целесообразности использования ветряной энергии в Северных районах России был разработан инвестиционный проект внедрения ветроэнергетических установок в с. Юрюнг-Хая Анабарского района. Цель проекта — доказать экономическую эффективность применения альтернативной энергии в условиях Севера.

Село Юрюнг-Хая является самой северной континентальной точкой на планете, доступной на легковой технике. Юрюнг-Хая находится на расстоянии 1500 км от г. Якутска на правом берегу р. Анабар.

В поселке среди потребителей электроэнергии — речная пристань, нефтебаза, производство стройматериалов, геологоразведочная экспедиция, транспортные предприятия. Имеются ДЭС, котельная, Дом культуры, средняя общеобразовательная и музыкальная школы, учреждения здравоохранения, торговли и бытового обслуживания. Ведущие традиционные отрасли хозяйства — оленеводство и промыслы (рыбный и пушной) Количество населения на составляет 1051 человек. Установленная мощность ДЭС — 1360 кВт/ч.

Для расчета экономической эффективности применения ветроэнергетических установок в энергообеспечении населенного пункта была рассмотрена ветростанция Northwind 100 (NW-100), выпускаемая компанией «Northern Power», г. Барре, штат Вермонт, США. Данная установка используется в п. Коцебу, Касиглук, Токсук штат Аляска, США и на Южном полюсе в Антарктиде при скорости ветра до 90 м/с и температуре -80 С.

По данным метеостанции Анабар годовая выработка одной ветроэлектростанции Northwind 100 Arctic — 221,054 тыс. кВтч. Среднегодовая скорость ветра 4.76 м/с, что является очень неплохим показателем по строительству ВЭС для энергоснабжения с. Юрюнг-Хая, Анабарского улуса.

Проект рассмотрен за двадцать лет, а именно срок полезной службы ВЭУ. Таким образом, можно проследить за всем периодом службы ветроэлектростанций.

- Для реализации проекта потребуется 92740248,00 руб. Из них: капитальные вложения — 91181181,00 руб., прочих инвестиций — 1559067,00 руб.

Применение ветряной установки позволит экономить в зимние месяцы до 50 % энергии, тогда как в летний период с июня по август экономия может достигать 100 %.

Были рассчитаны все показатели, характеризующие экономическую эффективность настоящего проекта.

Таблица 1.

Показатели экономической эффективности проекта

Статические показатели	
Простой период окупаемости (целая часть)	20 кварталов
Простой период окупаемости (дробная часть)	0,78
Простой период окупаемости	20,78
Простая норма прибыли, %	4,69
Динамические показатели	
Чистый дисконтированный доход, ЧДД, руб.	135863207,6
Рентабельность инвестиций, РИ, %	2,46
Внутренняя норма доходности, ВНД, %	15,5
Дисконтированный период окупаемости (целая часть)	23
Дисконтированный период окупаемости (дробная часть)	0,7
Дисконтированный период окупаемости	23,7 кварталов

Исходя из полученных результатов, можно сделать следующий вывод. По статическим показателям: по простому периоду окупаемости инвестиционный проект экономически эффективен, так как ППО (20 кварталов) находится в рамках жизненного цикла проекта (80 кв.); простая норма прибыли показывает, какая часть инвестиционных затрат окупается в течение 1 интервала планирования. Таким образом, в течение 1 квартала будет окупаться 4,7 % инвестиций.

Что касается динамических показателей, то полученный чистый дисконтированный доход больше 0 и равен 135863207,6 руб., что означает принятие проекта как экономически эффективный. Положительная рентабельность инвестиций также показывает экономическую эффективность данного проекта. И каждый рубль инвестиций, вложенный в инвестиционный проект, принесет 2,5 руб. дохода. Внутренняя норма доходности определяет максимально приемлемую ставку дисконта, при которой можно инвестировать средства. Значит, можно инвестировать средства при ставке, равной 15,5 %. Дисконтированный период окупаемости свидетельствует о том, что проект окупается в течение 23,7 кварталов или 5,925 лет.

Таким образом, рассмотренный проект внедрения ветроэлектростанций в с. Юрюнг-Хая Анабарского улуса является экономически целесообразным и эффективным. Результаты исследования показали, что рассмотренный проект является экономически целесообразным и эффективным. Применение энергии ветра для обеспечения электроэнергией малонаселенных отдаленных пунктов в районах

Крайнего Севера позволит значительно сэкономить на привозном сырье и увеличить производственную мощность электростанций.

Сегодня российской энергетике для полноценного развития возобновляемых источников энергии (ВИЭ) кроме формирования нормативно-правовой базы, необходимо проводить поддержку альтернативной энергетики в рамках целевых программ. Данная поддержка может выражаться в непосредственном инвестировании средств федерального и регионального бюджетов в развитие нетрадиционной энергетики в наиболее перспективные проекты.

Россия уже сейчас может значительно сократить потребление энергии без какого-либо ущерба для экономики. По оценке Всемирного банка, современный технический потенциал энергосбережения в РФ составляет 45 %. Главное условие успешного перехода на альтернативную модель развития энергетики — смена государственной политики:

1. Прекращение субсидирования традиционной энергетики. В России это в первую очередь относится к атомной и крупной гидроэнергетике. Ежегодно ГЭС и АЭС получают из федерального бюджета до 100 млрд. рублей в виде безвозмездной финансовой помощи.

2. Учет внешних социальных и экологических издержек при производстве энергии и введение системы торговли парниковыми выбросами.

3. Внедрение жестких стандартов энергоэффективности. На сегодняшний день в России практически отсутствует система, гарантирующая отказ от использования самых неэффективных технологий.

4. Закрепление на законодательном уровне обязательств по развитию возобновляемой энергетики. С учетом масштабного внедрения энергосберегающих технологий Российская Федерация может повысить принятое на себя обязательство по развитию ВИЭ и к 2020 году увеличить их долю, например, в электроэнергетике с 4,5 до 13%.

5. Обеспечение гарантии четкой и стабильной доходности инвестиций в возобновляемую энергетику и энергосберегающие технологии. Сделать это можно через механизмы финансовой поддержки возобновляемых источников энергии, возврат инвестиций при проведении мероприятий в области энергоэффективности, совершенствование налоговой системы, введение системы «зеленой сертификации».

6. Увеличение расходов на исследования в области возобновляемой энергетики и энергоэффективности.

К сожалению, в России практически никакого внимания не уделяется развитию нетрадиционной энергетики и в особенности ВИЭ. Выполняются в основном инициативные проекты. В частности, по программе энергосбережения СО РАН на 2005 год из 42 финансируемых проектов 13 посвящены непосредственно нетрадиционной энергетике, включая тепловые насосы, переработку биомассы, глубокую переработку угля, газификацию, солнечную энергетику и т. д.

Развитие возобновляемой энергетики означает:

- повышение энергетической безопасности субъектов РФ и эффективности их энергоснабжения, то есть достигается;
- обеспечение устойчивого тепло и электроснабжения населения и производства в зоне децентрализованного энергоснабжения, в первую очередь в удаленных и труднодоступных районах, районах Крайнего Севера и приравненных к ним территорий;
- повышение надежности (энергетической безопасности) субъектов Российской Федерации, в том числе энергоснабжения населения и производства (особенно сельскохозяйственного) в зонах неустойчивого централизованного энергоснабжения, снижение или полное предотвращение ущербов от аварийных и ограничительных отключений;
- исключение риска техногенных катастроф от установок на базе ВИЭ и снижение риска техногенных катастроф от энергетики;
- повышение экологической безопасности в локальных территориях;
- обеспечение диверсификации топливно-энергетического баланса субъектов РФ за счет увеличения производства электрической и тепловой энергии на базе ВИЭ и, в конечном счете, повышение доли ВИЭ в федеральном балансе производства и потребления электрической, тепловой и первичной энергии страны.

У человечества есть единственный реальный путь решения проблемы энергетической безопасности и спасения климата — переход на возобновляемые источники энергии при активном применении энергосберегающих технологий. Ведь необходимость в возобновляемой энергетике на сегодняшний день — это необходимость сохранить для грядущих потомков экологически безопасную, цветущую страну с богатыми природными ресурсами. Как показывает мировой опыт использования АИЭ, будущее не за нефтью, углём и газом, а за альтернативной чистой энергией.

Доля традиционной топливной энергетики в мировом энергобалансе в ближайшем будущем будет непрерывно сокращаться, а на смену придет нетрадиционная — альтернативная энергетика,

основанная на использовании возобновляемых источников энергии. И от того, с какими темпами это произойдет в конкретной стране, зависит не только ее экономическое благополучие, но и ее независимость и национальная безопасность.

Список литературы:

1. Безруких П.П. Нетрадиционные возобновляемые источники энергии // Электронный журнал энергосервисной компании «Экологические системы» 2008. № 5. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://esco-ecosys.narod.ru/2008_5/art140.htm (дата обращения 19.06.2012 г.)
2. Минин В.А. Оценка экономической эффективности совместной работы дизельных электростанций и ветроэнергетических установок в условиях Севера // Международный журнал «Альтернативная энергетика и экология» 2010. № 7 (87), — 68 с.
3. Сайт ОАО АК Якутскэнерго [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.yakutskenergo.ru> (дата обращения 19.06.2012 г.)

РАЗВИТИЕ РЫНКА СТРОИТЕЛЬСТВА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В ПЕРМСКОМ КРАЕ

Шаклеина Светлана Александровна

*старший преподаватель кафедры «Экономика» ФГБОУ ВПО
«Уральский государственный экономический университет,
филиал в г. Березники» Пермского края*

Решение жилищной проблемы населения многие годы остается одной из ключевых задач государственной политики России. Данная проблема во все времена была и остается актуальной, она затрагивает образ жизни людей, их здоровье, продуктивность деятельности, безопасность, удовлетворение их потребности в материальных благах, интерес к трудовой деятельности, межрегиональную мобильность. Суть жилищной проблемы заключается в острой нехватке жилья, соответствующего нормативным и потребительским требованиям, для значительной части населения.

Жилищная проблема имеет несколько важных аспектов:

- количественный аспект — острый дефицит жилья;
- структурный аспект — несоответствие структуры жилищного фонда демографической структуре семьи;

- качественный аспект — несоответствие имеющегося жилищного фонда требованиям к потребительским качествам жилья;
- эксплуатационный аспект — несоответствие требований к техническому содержанию жилищного фонда [1, с. 194].

Один из способов решения жилищной проблемы является развитие рынка строительства жилой недвижимости.

Важным показателем развития строительной отрасли является объем выполненных работ по виду экономической деятельности «Строительство» за период с 2005 по 2010 гг. в Пермском крае и по России в целом. Полученные значения сгруппируем в таблицу 1.

Таблица 1.

Объем выполненных работ по виду экономической деятельности «Строительство» в Пермском крае и по России в целом за период с 2005 по 2010 гг. [3; 4]

Показатели	Период					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
по Российской Федерации в целом (млрд.руб.)						
Объем выполненных работ по виду экономической деятельности «Строительство»	1754,4	2350,8	3293,3	4528,1	3998,3	4386,1
в % к предыдущему году		118,1	118,2	112,8	86,8	103,5
по Пермскому краю (млн.руб.)						
Объем выполненных работ по виду экономической деятельности «Строительство»	23976,3	26671,9	38895,2	60280,4	63193,8	63541,6
в % к предыдущему году		97,2	113,5	116,9	101,9	99,2

Основной показатель, характеризующий жилищное строительство, — это количество введенных в действие жилых домов. Проследим динамику данного показателя в период с 2005 по 2010 гг в Пермском крае и по России в целом. Полученную информацию сгруппируем в таблицу 2.

Таблица 2.

Ввод в действие жилых домов в Пермском крае и по России в целом в период с 2005 по 2010 гг., тыс. м.² общей площади [3; 4]

Период	2005	2006	2007	2008	2009	2010
по Российской Федерации (млн.м ²)	43,6	50,6	61,2	64,1	59,9	58,4
в % к предыдущему году		116,05	121,11	104,63	93,07	
по Пермскому краю (тыс.м ²)	638,2	718,4	884,1	832,8	695,1	761,4
в % к предыдущему году		112,57	123,07	94,65	80,72	

Важной характерной чертой развития строительной отрасли является наличие конкуренции и степень монополизации на строительном рынке. Охарактеризовать сложившуюся ситуацию можно с помощью данных количества строительных организаций и их принадлежность к частной форме собственности. В таблицу 3 сгруппируем информацию о числе действующих строительных организаций, в том числе организации частной формы собственности, за период с 2005 по 2010 гг. в Пермском крае и по России в целом.

Таблица 3

Число действующих организаций строительной отрасли, в том числе организации частной формы собственности, в Пермском крае и по России в целом за период с 2005 по 2010 гг. [3; 4]

Показатели	Период					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
по Российской Федерации в целом						
Всего, в т.ч. по формам собственности	112846	122598	131394	155036	175817	197507
— государственная	1877	1759	1559	1346	1249	1203
— муниципальная	685	692	647	601	512	530
— частная	106834	116321	125464	150317	171291	193427
— смешанная российская	2004	1715	1414	1076	864	783
— прочая	1446	2111	2310	1696	1901	1564
по Пермскому краю						
Всего, в т.ч. по формам собственности	1635	2065	1928	1917	2537	2400
— государственная	7	9	5	6	5	3
— муниципальная	9	4	2	2	2	1
— частная	1590	2025	1895	1899	2517	2385
— смешанная российская	15	12	12	6	7	7
— прочая	14	15	14	4	6	6

Несмотря на бурное развитие строительной отрасли жилой недвижимости в последние годы, ее поддержание, следовательно, и значительное увеличение площади вводимых в эксплуатацию жилых зданий требуют решения ряда проблем.

Рынок строительства жилой недвижимости отдельных регионов формируется и развивается под воздействием различных факторов. Классификация и оценка данных факторов, влияющих на развитие рынка, позволит выявить причины, сдерживающие развитие рынка, способствующие эффективному развитию рынка строительства жилой недвижимости.

В экономической литературе в настоящее время нет единой общепринятой классификации факторов, влияющих на формирование и развитие рынка строительства жилой недвижимости. Многие

существующие классификации излишне громоздки, что затрудняет их использование на практике, отсутствуют количественные оценки факторов, не анализируется влияние (значимость) различных факторов на развитие рынка строительства жилой недвижимости, как правило, факторы оцениваются как равноценные. В таблице 4 факторы, влияющие на функционирование и развитие рынка строительства жилой недвижимости, распределены по уровням влияния и представлена их характеристика [2, с.46 — 47].

Таблица 4

Структура факторов, влияющих на функционирование и развитие рынка строительства жилой недвижимости

Уровень влияния	Характеристика факторов, определяющие функционирование и развитие рынка строительства жилой недвижимости
Федеральный уровень	<ol style="list-style-type: none"> 1. экономический потенциал государства и государственная экономическая политика; 2. национальная законодательная база, определяющая функционирование рынка строительства жилой недвижимости; 3. внешняя политическая независимость и безопасность; 4. внутренняя политическая и социальная стабильность; 5. социально-демографические ресурсы;
Региональный уровень	<ol style="list-style-type: none"> 1. экономико-географическое положение региона; 2. природно-климатические и экологические условия региона; 3. региональная характеристика состава, динамика и доходность групп населения региона; 4. состояние инфраструктуры рынка недвижимости региона (регулирующей, информационной, обслуживающей, банковской, транспортной, социально-бытовой); 5. состояние региональных первичного и вторичного рынков жилой недвижимости;
Локальный уровень	<ol style="list-style-type: none"> 1. административный статус и размеры населенного пункта; 2. экономический статус населенного пункта; 3. состояние социальной инфраструктуры населенного пункта; 4. характеристики состава, динамики и доходности групп населения населенного пункта; 5. структура и состояние жилищного фонда населенного пункта; 6. природно-климатические и экологические условия населенного пункта; 7. географическое положение населенного пункта в регионе; 8. состояние инфраструктуры локального рынка недвижимости (регулирующей, информационной, обслуживающей, банковской, транспортной, социально-бытовой);

В ноябре — декабре 2011 года автором был проведен опрос 100 крупных строительных компаний Пермского края с целью выяснения основных препятствий на пути увеличения объемов строительства жилья. Ответы респондентов выявили пять основных

проблем рынка, которые распределились следующим образом (в порядке убывания значимости):

- трудности, связанные с получением необходимых согласований и разрешений на осуществление строительства;
- низкий уровень доступности кредитных ресурсов и иных источников финансирования строительства;
- низкий платежеспособный спрос населения;
- отсутствие достаточного количества земельных участков для строительства, обеспеченных развитой инженерно — технической и социально — бытовой инфраструктурой;
- прочая группа факторов, например нехватка и изношенность машин и оборудования, недостаток квалифицированных кадров и погодные условия.

По мнению участников строительного рынка, основной проблемой являются административные барьеры доступа на рынок жилищного строительства. Эта проблема характеризуется:

- использованием неэффективных административных процедур определения в индивидуальном порядке для каждого инвестора — застройщика назначения объекта недвижимости («процедура предварительного согласования места, где в дальнейшем будет размещен объект строительства»);
- отсутствием перспективных планов застройки городских территорий;
- достаточно большим количеством организаций, участвующих в согласовании, проведении экспертиз исходной и проектной документации и предоставлении разрешения на строительство (в среднем 35 организаций);
- длительным временем прохождения согласований места под размещение объекта жилой недвижимости перед началом строительства (около 10 — 12 месяцев).

Следующей по значимости проблемой является отсутствие финансирования. Ограниченность кредитования застройщиков объясняется в основном отсутствием обеспечения по кредиту. Таким обеспечением могли бы стать права собственности на земельный участок, который являлся бы предметом залога. Если же кредитные учреждения готовы предоставить строительной организации целевой кредит, то процент за использование денежных средств достаточно высок.

Низкий платежеспособный спрос населения является следствием неразвитости системы ипотечного кредитования и слабыми финансовыми рынками. Большая часть населения готова

воспользоваться ипотечными кредитами для приобретения жилья, но банки не обеспечивают требуемый объем кредитования на приемлемых условиях. В некоторых кредитных учреждениях Пермского края предложения по ипотечному кредитованию вообще отсутствуют.

Строительство жилья невозможно без развития систем инженерно — технической и социально — бытовой инфраструктуры, и в ответах строительных компаний эта проблема отмечена как одна из наиболее значимых. Причиной возникновения данной проблемы являются непрозрачные условия подключения вновь построенных строительных объектов к системам коммунальной инфраструктуры, а также их большой износ и постоянное устаревание. На практике развитие и обновление систем коммунальной инфраструктуры осуществляется за счет средств муниципальных бюджетов, чьи финансовые ресурсы достаточно ограничены.

Проведенный анализ особенностей и факторов развития рынка строительства жилой недвижимости Пермского края позволил выявить неблагоприятные факторы для функционирования данного рынка, которые в различной степени сдерживают развитие этого рынка.

Список литературы:

1. Бузырев В.В., Чекалин В.С. Экономика жилищной сферы: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА — М., 2008. — 314 с.
2. Финансирование жилищного строительства / А.Б. Копейкин, Н.Н. Рогожина, А.А. Туманов, М.О. Якубов. — М.: Фонд «Институт экономики города», 2007. — 168 с.
3. Официальный сайт «Федеральная служба государственной статистики» <http://www.gks.ru>
4. Официальный сайт «Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю» <http://www.permstat.gks.ru>

СЕКЦИЯ 13.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

ДИНАМИКА ВОСПРОИЗВОДСТВА НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА

Александрова Марина Александровна

канд. биол. наук, доцент кафедры Экономической теории и национальной экономики Мурманского государственного технического университета, г. Мурманск
E-mail: alexmarina@bk.ru

Мурманская область — стратегически важный регион Российской Федерации. На Кольском полуострове базируется северный морской флот, крупнейшие горно-перерабатывающие и горно-обогатительные комбинаты страны, один из крупнейших научных центров. Для правильного функционирования экономики региона необходимо достаточное количество рабочей силы, которое зависит от демографического потенциала региона.

Демографический кризис, охвативший всю нашу страну в начале 90-х годов, выразился в естественной убыли населения, уменьшении ожидаемой продолжительности жизни, старении населения затронул так же и Мурманскую область. И такие факторы, как неблагоприятные условия жизни (низкие температуры, полярная ночь, высокая урбанизация населения, захоронения радиоактивных отходов, удаленность от основных экономических центров страны) сыграли свою роль. Поэтому экономический и воспроизводственный кризис оказали на наш регион значительно большее воздействие, нежели на другие регионы нашей страны. С 90 года потенциал области снизился на 30 % . Мурманская область в сравнении с другими регионами Северо-Западного федерального округа занимает первое место по сокращению численности постоянного населения. Демографическая ситуация находится в прямой зависимости от процессов естественного воспроизводства и естественной убыли. В масштабах всей Земли естественное движение населения — это совокупность количества рождений и смертей. Проанализируем показатели естественного движения населения. К этим показателям так же относят показатели

браков и разводов, которые не меняют численность населения, но имеют большое косвенное влияние на количество рождений. Увеличение продолжительности периода обучения, карьерные соображения, эгоистические мотивы поведения и стремительно расширяющаяся практика неюридической брачности способствуют падению рождаемости. Низкие доходы также заставляют брачные пары нередко откладывать рождение детей.

Эволюция рождаемости неразрывно связана с социально-экономическим развитием общества. По мере развития производительных сил, повышения интеллектуального потенциала человека, изменение роли женщины, вовлечения ее в промышленное производство, изменение роли и функций семьи закономерным стал процесс постепенного снижения рождаемости. Одно из возможных объяснений исторической эволюции рождаемости, как и смертности, дается в рамках теории демографического перехода. На основании этой теории все страны проходят три фазы:

- на первой фазе коэффициенты рождаемости и смертности очень высоки и между ними наблюдается равновесие, которое нарушается кратковременными колебаниями в смертности. В целом численность населения остается стабильной.

- на второй фазе благодаря значительным социально-экономическим преобразованиям начинает резко снижаться уровень смертности при сохраняющемся высоком уровне рождаемости. Возрастающий во времени разрыв между этими двумя уровнями приводит к быстрому росту населения. Постепенно рождаемость начинает снижаться, а уровень смертности несколько возрастает.

- в итоге на третьей фазе устанавливается новое равновесие между рождаемостью и смертностью.

В теории демографического перехода утверждается существование сильной обратной зависимости между уровнями социально-экономического развития и рождаемости.

Переход от многодетности к малодетности связан в большей мере с переоценкой ценностей, с изменением жизненных установок и этической системы, господствующей среди населения. На основе многочисленных исследований репродуктивного поведения в нашей стране и во многом других странах сложились определенные концепции, объясняющие причины развития массовой малодетности. Эти причины обусловлены историческими изменениями функций семьи в обществе и изменением роли детей в семье. В прошлых аграрных обществах семья была производственной ячейкой, отношения между членами семьи во многом определялись производственными факторами.

Дети имели значение для родителей как работники, помощники в хозяйстве, наследники, воины-защитники хозяйства. Большое число детей способствовало благосостоянию семьи, семья выполняла важную посредническую роль между ее членами и обществом.

Первые поселения на территории Кольского края появились в 6-м тысячелетии до н.э. Это были стоянки людей каменного века на полуострове Рыбачий. Позднее, в III тысячелетии до н.э., появились стоянки в районе Кольского залива. В I тысячелетии до н.э. на территории края обитали предки современных саамов. Развитие человеческого общества на крайнем севере шло очень медленно - это объяснялось природными условиями Заполярья, огромной удаленностью края от центров мировой культуры того времени. Только около 8 тыс. лет назад на территории края появились первые поселенцы. Развитие производительных сил края сопровождалось ростом численности населения. По переписи 1563 года, в русских волостях Кольского полуострова насчитывалось 200 крестьянских дворов, в которых проживало до полутора тысяч человек. Хозяйственное освоение края проходило в условиях постоянных враждебных действий со стороны соседних государств — Швеции и Дании. Русское государство укрепляло свои северные границы. С возрастанием значения Кольского края для страны уже тогда вставал вопрос о создании в крае постоянного населения. Однако заселение края в XVI-начале XVII века шло медленно и неравномерно. Активное освоение мурманского края началось в 1920 году. Советское правительство принимало меры к обеспечению подъема экономики и культуры отсталых национальных окраин страны. Устанавливались полярные надбавки к заработной плате, была увеличена продолжительность трудового отпуска, предоставлялся бесплатный проезд к месту отдыха и обратно раз в три года. Все эти льготы — компенсация утраты здоровья людям, проживающим в условиях крайнего севера. Все это способствовало не только росту числа жителей Заполярья, но и созданию на территории Кольского полуострова стабильного населения.

Вступление России в период реформ явилось в силу ряда причин началом демографического кризиса в стране. Резко обострилась демографическая ситуация в мурманской области:

- начался отток населения в районы средней полосы
- начиная с 1992 года в крае естественная убыль населения превышает рождаемость.
- довольно высокая численность безработицы
- снизился коэффициент рождаемости

- в ряде районов области коэффициент смертности значительно превышал общероссийские данные
- на территории края число женщин превысило число мужчин на 6—7 % т.к. в основном края покидали мужчины, потерявшие работу
- в области за счет сокращения рождаемости оттока лиц трудоспособного возраста сложилось по характеру «старое» населения.

Ухудшается и возрастная структура населения, половозрастная пирамида населения края имеет ярко выраженный регрессивный тип, т. е. количество детей явно меньше количества родителей. В международной классификации население считается старым, если удельный вес лиц в возрасте 65 лет и старше в общей численности населения превышает 7%. В нашем крае такая ситуация наблюдается с 2003 года (7,1%). На начало 2006 года пожилые люди составляли 8,1% населения области. Население области между переписями 1989 и 2012 уменьшилось на 377 тысяч человек и продолжает уменьшаться. Однако, несмотря на проблемы, связанные с низким уровнем рождаемости, наиболее существенным показателем неблагоприятного демографического положения в крае является высокий уровень смертности. Смертность как демографический процесс зависит от ряда биологических и социальных факторов. Главные причины высокой и растущей смертности в Мурманской области:

- постарение населения;
- недостаточный уровень развития сети качественных и общедоступных учреждений здравоохранения;
- относительно высокий уровень производственного травматизма;
- алкоголизм и наркомания;
- косвенное влияние отрицательных изменений экологической обстановки;
- низкая и снижающаяся продолжительность жизни населения;
- резкое падение уровня благосостояния, ухудшение питания, рост цен на лекарства и услуги медицинских учреждений, что сузило возможности их использования;
- повышенные эмоциональные нагрузки, частые стрессовые ситуации, неумение расслабляться в стремительном темпе современной жизни, малая подвижность и большое распространение пассивных форм отдыха.

В результате, социальные последствия кризиса 1990-х годов (рост безработицы, сокращение продолжительности жизни, падение уровня реальных доходов населения) в области были более тяжелые, чем в среднем по стране. Это повлияло на существенное сокращение

численности населения области (почти на 20 %) как по причине миграционной, так и естественной убыли. С 1992 года в области нарастала смертность и сокращалась рождаемость. В период с 2000 по 2004 год в крае наблюдался рост рождаемости, но с 2005 года он снизился. В 2012 году прирост населения составил 340, а это говорит о том, что число родившихся превышает число умерших - наблюдается благоприятная тенденция воспроизводства населения. Несмотря на некоторое улучшение социальных показателей в последние годы (снижение безработицы, рост доходов населения), в регионе продолжается и естественная убыль населения, и миграционный отток. Значит провозглашаемые цели по улучшению условий и повышению качества жизни населения на данной территории еще не достигнуты.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»**

Материалы международной заочной научно-практической
конференции

19 июня 2012 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 26.06.12. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 9,875. Тираж 550 экз.

Издательство Сибирская ассоциация консультантов
630075, г. Новосибирск, Залесского 5/1, оф. 605
E-mail: mail@sibac.info

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3