



ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

*Сборник статей по материалам
LI-LII международной научно-практической конференции*

№ 7-8 (51)
Август 2015 г.

Издается с февраля 2011 года

Новосибирск
2015

УДК 33.07
ББК 65.050
Э 40

Ответственный редактор: Гулин А.И.

Председатель редакционной коллегии:

Толстолесова Людмила Анатольевна — д-р экон. наук, доц., проф. кафедры финансов, денежного обращения и кредита Тюменского государственного университета.

Редакционная коллегия:

Елисеев Дмитрий Викторович — канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

Леонидова Галина Валентиновна — канд. экон. наук, доц., зав. лабораторией исследований проблем трудового потенциала ФГБУН «Институт социально-экономического развития территорий РАН».

Э 40 Экономика и современный менеджмент: теория и практика /
Сб. ст. по материалам LI-LII междунар. науч.-практ. конф.
№ 7-8 (51). Новосибирск: Изд. "СибАК", 2015. 134 с.

Учредитель: НП «СибАК»

Сборник статей «Экономика и современный менеджмент: теория и практика» включен в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

При перепечатке материалов издания ссылка на сборник статей обязательна.

Оглавление

Секция 1. Бухгалтерский, управленческий учет и аудит 6

КЛАССИФИКАЦИЯ РАСХОДОВ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА Гибельнева Елена Алексеевна	6
---	---

Секция 2. Инновационные подходы в современном менеджменте 16

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ МИАССКОГО ЗАВОДА МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ Бойцов Вячеслав Геннадьевич Кошевой Денис Олегович. Галиакберов Динислам Альбертович	16
ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ЦЕН НА ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ И ИХ АДАПТАЦИЯ НА РОССИЙСКИХ РЫНКАХ ИНФОРМАЦИИ Бойцов Вячеслав Геннадьевич Кобыльская Оксана Викторовна Магафурова Регина Ильгамовна	24

Секция 3. Маркетинг 29

НАУКОЕМКИЕ ОТРАСЛИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ И СПЕЦИФИКА ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ Аванесян Михаил Георгиевич Гурцкой Дмитрий Александрович	29
СЛОЖНОСТИ В ПРОВЕДЕНИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА Галетов Иван Дмитриевич Гулюгина Татьяна Ивановна	34
ЗАВИСИМОСТЬ ИЗДЕРЖЕК НА ПРОВЕДЕНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ОТ КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОИЗВОДИМЫХ ИЗДЕЛИЙ Железин Александр Владимирович Киндюкова Светлана Сергеевна	40

ИНТЕГРАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СООБЩЕНИЙ В КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ КОМПАНИИ Землянская Наталья Борисовна Казакова Наталья Вячеславовна	45
ЗАВИСИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОВОДИМОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОТ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ Передерий Наталья Владимировна Черкасов Михаил Николаевич	50
Секция 4. Проблемы макроэкономики	56
ДИНАМИКА БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ Зак Татьяна Владимировна Бигеев Ратмир Ринатович	56
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ, БЕДНОСТЬ И НЕРАВЕНСТВО В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ ДО И ПОСЛЕ КРИЗИСА Джрбашян Наируи Мхитаровна	61
НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА В ПЕРИОД НЕСТАБИЛЬНОСТИ Лобанов Сергей Николаевич	69
СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОСУДАРСТВОМ БАНКОВСКИХ МЕХАНИЗМОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ Мифтахов Айдар Ильдарович	74
ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА И МОТИВАЦИЯ К ТРУДУ В УСЛОВИЯХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ Оздербиева Жанна Анриевна Хирная Алена Юрьевна	78
ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ Черкасов Михаил Николаевич	87
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЕЙ Шароватов Сергей Викторович Штрикунова Марина Михайловна	92

Секция 5. Управление изменениями	99
О ПРОБЛЕМАХ И НАПРАВЛЕНИЯХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	99
Зубкова Лариса Дмитриевна Афанасьев Владислав Сергеевич	
ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ГРУЗОВЫХ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ СИСТЕМЫ СПУТНИКОВОГО МОНИТОРИНГА WAGONTRACKER-GPS	105
Терёхин Илья Александрович Лаптев Вадим Сергеевич	
Секция 6. Экономика труда и управление персоналом	109
ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ПРОЦЕССА ОЦЕНКИ РИСКОВ ПРИ ИНВЕСТИЦИЯХ В РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	109
Дёмкина Оксана Владимировна	
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЖЕЛЕЗОБЕТОННЫХ ИЗДЕЛИЙ	114
Козлова Елена Викторовна	
Секция 7. Экономические аспекты регионального развития	121
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	121
Дугарова Елена Сергеевна Бартаева Ольга Владимировна	

СЕКЦИЯ 1.

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

КЛАССИФИКАЦИЯ РАСХОДОВ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Гибельнева Елена Алексеевна
старший преподаватель ХГАЭП,
РФ, г. Хабаровск
E-mail: lunakan@mail.ru

CLASSIFICATION OF EXPENSES OF THE TELECOMMUNICATION COMPANIES IN SYSTEM OF MANAGEMENT ACCOUNTING

Elena Gibelneva
senior teacher of Khabarovsk State Academy of Economics and Law,
Russia, Khabarovsk

АННОТАЦИЯ

Цель работы заключается в разработке рекомендаций по классификации расходов телекоммуникационных компаний для организации системы управленческого учета. При проведении исследования использованы метод группировки данных, системный подход. Разработана система классификации расходов, выделены статьи затрат для организации аналитического учета. Внедрение приведенных признаков классификации расходов телекоммуникационных компаний позволит модернизировать процесс формирования себестоимости оказанных услуг.

ABSTRACT

The purpose of work consists in development of recommendations about classification of expenses of the telecommunication companies

for the organization of system of management accounting. When carrying out research the method of group of data, system approach are used. The system of classification of expenses is developed, articles of expenses for the organization of the analytical account are allocated. Introduction of the given signs of classification of expenses of the telecommunication companies will allow to modernize process of formation of cost of the rendered services.

Ключевые слова: управленческий учет; расходы; телекоммуникации.

Keywords: management accounting; expenses; telecommunications.

Организация системы управленческого учёта расходов предопределяет необходимость выделения объектов калькулирования. В телекоммуникационных компаниях в качестве таких объектов следует выбрать виды оказываемых телекоммуникационных услуг.

Федеральный закон «О связи» № 126-ФЗ от 07 июля 2003 г. даёт определение универсальных услуг связи, к которым относятся:

- услуги телефонной связи с использованием таксофонов, многофункциональных устройств, информационных киосков (инфоматов) и аналогичных устройств;
- услуги по передаче данных и предоставлению доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с использованием средств коллективного доступа;
- услуги по передаче данных и предоставлению доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с использованием точек доступа [5, с. 57].

Однако помимо универсальных услуг связи телекоммуникационные компании оказывают также и прочие услуги, связанные со специфичностью технологичной организации производственного процесса.

Калькулирование себестоимости оказываемой телекоммуникационной услуги должно быть основано на информации управленческого учёта о перечне расходов, классификации расходов в рамках указанного перечня, бизнес-процессе, к которому можно отнести расходы. Для формирования оптимальной среды обеспечения управленческого учёта информацией необходимо рассмотреть основы технологии оказания услуг связи.

С технической точки зрения система электросвязи содержит устройства передачи информации и устройства распределения информации.

Устройства передачи информации — это оконечные устройства приёма и передачи, линии передачи (направляющая система и система передачи). Устройства распределения представляют собой совокупность систем коммутации и устройств управления.

Система электросвязи состоит из первичных и вторичных сетей связи (рисунок 1).

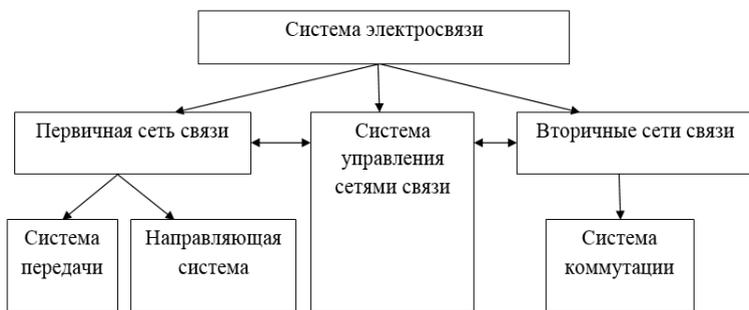


Рисунок 1. Структура системы электросвязи

Первичная сеть связи представляет собой совокупность узлов связи, в которых находятся системы передачи и направляющие системы, соединяющие их определённым образом, которая позволяет охватить средствами связи заданную территорию.

Вторичная сеть предназначена для передачи и распределения информации определённого вида.

По организационной и технической структуре, а также по назначению первичная сеть подразделяется на магистральную, зонавые и местные сети связи.

Магистральная сеть организует каналы между областными центрами и выше. Зонавая первичная сеть организует каналы между областными и районными центрами, а также между районными с выходом на магистральную сеть.

Местная первичная сеть — часть первичной сети единой сети электросвязи, ограниченная территорией города или сельского района, она организует каналы для местных вторичных сетей.

В связи с технологическими особенностями оказания услуг связи расходы на эксплуатацию и содержание сетей и линий связи занимают наибольшее значение в структуре производственных затрат компании. На определенных этапах формирования себестоимости услуги телекоммуникационной компании данные затраты выступают базой,

пропорционально которой осуществляется распределение косвенных затрат на себестоимость оказанных услуг.

Величина расходов на содержание и эксплуатацию оборудования первичных сетей связи зависит от следующих факторов:

1. Структура сети — определяется количеством узлов различного класса, их местоположением и характером взаимной связи между ними.

2. Степень неоднородности каналов связи (ширина спектра канала, скорость передачи информации). В зависимости от диапазона частот или скорости передачи информации организуются следующие каналы:

- тональной частоты;
- вещания;
- телевидения;
- звукового сопровождения ТВ программ;
- высокочастотные (высокоскоростные) широкополосные.

3. Вид и разнообразие применяемых направляющих систем (кабели коаксиальные, кабели симметричные, радиорелейные, воздушные линии, спутниковая связь, оптоволоконные кабели). Основными типами направляющих систем первичной сети являются кабельные и радиорелейные.

4. Пропускная способность — это количество каналов в пучке, соединяющем отдельные узлы связи.

5. Надежность линий связи и надежность схемы сети. Надежность линий связи определяется вероятностью повреждения отдельных каналов связи, целых магистралей и внутризоновых линий. Надежность отдельных каналов может оцениваться временем наработки на отказ и временем их восстановления.

Для повышения надежности первичной сети предусматриваются резервные и обходные тракты и каналы.

6. Управление магистральной первичной сетью. Система оперативного управления магистральной первичной сетью построена по территориальному принципу и имеет сложную иерархическую структуру [6, с. 28].

Правильный выбор системы передачи и направляющей системы в каждом конкретном случае позволяет значительно сократить капитальные и эксплуатационные расходы на организацию и эксплуатацию линий связи первичных магистральных и зональных сетей.

Техническая эксплуатация кабельных, радиорелейных, спутниковых и воздушных линий первичной сети осуществляется специально организованными предприятиями и их структурными подразделениями.

В настоящее время общее руководство технической эксплуатацией магистральных первичных сетей осуществляет ОАО «Ростелеком». В результате ОАО «Ростелеком» является единственной телекоммуникационной компанией на российском инфокоммуникационном рынке, несущей эксплуатационные расходы по обслуживанию первичных и вторичных сетей связи.

Другие телекоммуникационные компании осуществляют содержание принадлежащего им оборудования вторичных сетей связи. Расходы на эксплуатацию первичных сетей в учете таких компаний отражаются на основании документов (счетов, актов), выставляемых им ОАО «Ростелеком».

Одной из процедур бухгалтерского учета ОАО «Ростелеком» является распределение данных эксплуатационных расходов на производственные процессы по оказанию услуг связи и предоставлению услуг присоединения и пропуска трафика по агентским договорам с операторами связи.

Большое значение для правильной организации учета затрат имеет научно обоснованная классификация затрат (таблица 1). Одно из основных условий получения достоверной информации о себестоимости — четкое определение состава производственных расходов.

Таблица 1.

Классификационные признаки группировки расходов телекоммуникационной компании

Признак	Вид расхода
Формирование себестоимости оказанной услуги	1. Прямые и косвенные 2. Одноэлементные и комплексные
Роль в процессе оказания телекоммуникационной услуги	Основные и накладные
Планирование и регулирование	1. Планируемые и непланируемые 2. Регулируемые и нерегулируемые
Принятие решений	1. Постоянные, переменные и условно-постоянные 2. Принимаемые и не принимаемые в расчет 3. Предельные и приростные 4. Вмененные (упущенная выгода) 5. Безвозвратные затраты

При определении себестоимости единицы продукции с максимальной точностью важно классифицировать расходы на прямые и косвенные. Для этого определяется возможность непосредственного включения расходов по каждой операции в себестоимость конкретного вида продукции напрямую. В производственных организациях к прямым расходам, как правило, относятся прямые материальные затраты и расходы на оплату труда.

Группировка расходов на прямые и косвенные в телекоммуникационных компаниях при определении себестоимости услуги затруднена по следующим причинам:

1) в составе материальных затрат отсутствуют затраты на сырье, так как оказываемая и потребляемая услуга является нематериальной. Основными материалами, которые используются в производственном процессе, являются: кабели, запасные части для ремонта элементов сети связи. При этом в зависимости от назначения используемого кабеля его стоимость может отражаться как в составе текущих расходов, так и в составе капитальных вложений.

Технологический процесс оказания телекоммуникационной услуги позволяет абоненту потреблять несколько видов услуг одновременно (междугородное соединение, доступ к сети Интернет и интерактивному телевидению). При этом задействуется несколько элементов сети связи, что делает невозможным отнесение эксплуатационных расходов (в частности, запасных частей на ремонт линии связи) в состав прямых расходов;

2) в составе расходов на оплату труда наиболее значимыми являются выплаты основным производственным рабочим за эксплуатационное обслуживание, которое включает в себя ряд работ, связанных с поддержанием станционного оборудования и линейных сооружений в исправном состоянии. Определить возможность отнесения таких расходов к прямым также сложно.

В практике бухгалтерского учета телекоммуникационных компаний учет затрат осуществляется процессным методом, что позволяет частично решить вышеприведенные проблемы классификации расходов [4, с. 4].

Для организации аналитического учета информация о расходах группируется по статьям в соответствии с особенностями технологии и организации производства.

Классификация расходов телекоммуникационных компаний для целей системы управленческого учета включает шесть групп статей расходов.

1. Материальные расходы.
2. Услуги сторонних организаций

3. Расходы на персонал.
4. Амортизация.
5. Налоги и сборы, входящие в себестоимость.
6. Прочие расходы.

Представленная классификация расходов по основным признакам определена для организации управленческого учета текущей деятельности, при постановке стратегических целей и задач она может быть пересмотрена. Связано это с различным поведением затрат в кратко- и долгосрочном периодах.

В структуре расходов следует обратить внимание на статьи, характерные только для телекоммуникационных компаний, такие как:

- плата за использование радиочастот;
- плата за выделение ресурса нумерации;
- расходы на приобретение и эксплуатацию биллинговой системы;
- обязательные отчисления в резерв универсального обслуживания;
- расходы на оплату услуг по присоединению и пропуску трафика.

При этом их экономическое содержание приводит к возникновению некоторых проблем отражения в управленческом учете расходов.

Согласно закону «О связи» радиочастотный спектр — совокупность радиочастот в установленных Международным союзом электросвязи пределах, которые могут быть использованы для функционирования радиоэлектронных средств или высокочастотных устройств. Использование радиочастотного спектра — обладание разрешением на пользование и (или) фактическое пользование полосой радиочастот, радиочастотным каналом или радиочастотой для оказания услуг электросвязи и других, не запрещенных федеральными законами или иными нормативными правовыми актами целей. Право на использование радиочастотного спектра предоставляется посредством выделения полос радиочастот и присвоения (назначения) радиочастот или радиочастотных каналов [5, с. 24].

В целях обеспечения системы контроля радиочастот, конверсии радиочастотного спектра и финансирования мероприятий по переводу действующих радиоэлектронных средств в другие полосы радиочастот для пользователей радиочастотного спектра устанавливается разовая и ежегодная плата.

Для отражения расходов на использование радиочастотного ресурса в системе управленческого учета предусмотрена статья в группе «Услуги сторонних организаций». Экономическое содержание данного вида расходов позволяет считать их нерегулируемыми.

Биллинговые системы позволяют определять стоимость услуг связи для каждого клиента и хранят информацию обо всех тарифах и прочих стоимостных и иных характеристиках, которые используются операторами для выставления счетов абонентам и взаиморасчетов с другими поставщиками услуг.

Операторы связи, как правило, приобретают неисключительные права на использование таких систем. Следовательно, для целей управленческого учета следует отражать их в составе текущих расходов по статье «Затраты по информационным услугам».

Телекоммуникационные компании являются плательщиками государственной пошлины за предоставление ресурса нумерации, так как данный объект относится к национальным ресурсам и используется по распоряжению Правительства Российской Федерации. При признании расходов на оплату ресурса нумерации возникает дискуссионный вопрос о включении их либо в состав нематериальных активов, либо в расходы по основным видам деятельности. Для целей управленческого учета считаем целесообразным их включение в состав текущих расходов.

Согласно действующему законодательству в области связи операторы, оказывающие услуги связи в сети связи общего пользования, обязаны производить отчисления (неналоговые платежи) в резерв универсального обслуживания.

В целях финансового обеспечения оказания универсальных услуг связи, а также финансирования создания и функционирования базы данных перенесенных абонентских номеров формируется резерв универсального обслуживания.

При этом средства резерва универсального обслуживания в полном объеме поступлений от источников его формирования расходуются исключительно на цели, которые предусмотрены действующим законодательством. Правильность и своевременность осуществления операторами сети связи общего пользования обязательных отчислений в резерв контролируются федеральным органом исполнительной власти в области связи.

Базой расчета обязательных отчислений являются доходы, полученные в течение квартала от оказания услуг связи абонентам и иным пользователям в сети связи общего пользования, за исключением сумм налогов, предъявленных оператором сети связи общего

пользования абонентам и иным пользователям в сети связи общего пользования в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах. Доходы определяются в установленном в Российской Федерации порядке ведения бухгалтерского учета.

Ставка обязательного отчисления оператора сети связи общего пользования устанавливается в размере 1,2 %. Операторы сети связи общего пользования не позднее 30 дней со дня окончания квартала, в котором получены доходы, обязаны осуществлять обязательные отчисления (неналоговые платежи) в резерв универсального обслуживания.

Средства резерва расходуются в целях обеспечения возмещения убытков, причиняемых оказанием универсальных услуг связи, а также финансирования создания и функционирования базы данных перенесенных абонентских номеров.

Обязательные отчисления в резерв универсального обслуживания, по мнению автора, являются нерегулируемыми и отражаются по одноименной статье расходов.

Оказание телекоммуникационной услуги носит сетевой характер, что определяет необходимость взаимодействия оператора связи, являющегося поставщиком этой услуги, взаимодействовать с другими участниками рынка. В результате в составе расходов в управленческом учете выделяется статья «Услуги операторов связи», к которой относятся затраты на оплату услуг по присоединению и пропуску трафика. Услуги присоединения и пропуска трафика направлены на обеспечение взаимодействия потребителей сети и операторов связи для установления соединения, передачи информации и трафика в единой сети электросвязи.

Также следует отметить проблему отнесения расходов, связанных с повреждением средств и линий связи, к эксплуатационным или чрезвычайным расходам.

Ремонтные расходы — это затраты на содержание и эксплуатацию имущества оператора связи, и относятся они к затратам по обычным видам деятельности. По-другому квалифицируются затраты, связанные с устранением последствий аварий. Как правило, такие происшествия вызваны действиями людей, либо обстоятельствами непреодолимой силы. В случае невозможности возмещения затрат за счет виновного лица в бухгалтерском финансовом учете они подлежат учету в составе чрезвычайных (прочих) расходов.

При классификации расходов следует выделить группу «Затраты на предупреждение и ликвидацию последствий чрезвычайных

ситуаций». Для целей управленческого учета в нее должны быть включены расходы на аварийно-спасательные и другие неотложные работы, проводимые при возникновении чрезвычайных ситуаций, и направленные на спасение жизни и сохранение здоровья людей, снижение размеров ущерба природной среде и материальных потерь, а также на локализацию зон чрезвычайной ситуации, прекращение действия характерных опасных факторов.

Классификация расходов по статьям и раскрытие их экономического содержания являются определяющими для развития управленческого учета телекоммуникационной компании.

Список литературы:

1. Булгакова С.В. Управленческий учёт: проблемы теории: монография. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2006.
2. Вахрушева О.Б. Управленческий учёт в современных условиях развития: монография. Одинцово: Одинц. гуман. ин-т, 2010.
3. Вахрушина М.А. Управленческий учет: учебник / М.А. Вахрушина. М.: Омега-Л, 2010.
4. Гибельнева Е.А. Вопросы практического применения АВС-системы в телекоммуникационных компаниях / Е.А. Гибельнева, О.Б. Вахрушева // Международный бухгалтерский учет. — 2015. — № 5(347). — С. 2—13.
5. О связи: федер. закон: [принят Гос. Думой 18.06.2003 № 126-ФЗ: по состоянию на 07.07.2003] (ред. от 21.07.2014).
6. Ситников С.Г. Организация производства на предприятиях электросвязи: учебное пособие / С.Г. Ситников, Т.А. Солодова. М.: Горячая линия–Телеком, 2006. — 293 с.

СЕКЦИЯ 2.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ МИАССКОГО ЗАВОДА МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ

Бойцов Вячеслав Геннадьевич

*ст. преподаватель кафедры экономики и маркетинга
МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск
E-mail: y.limareva@mail.ru*

Кошевой Денис Олегович.

*магистрант группы ЭЭМС-14 МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск.
E-mail: y.limareva@mail.ru*

Галиакбаров Динислам Альбертович.

*студент группы 130403-12-1 МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск
E-mail: gtfnick@rambler.ru*

COMPETITOR ANALYSIS OF MIASS METALWARE PLANT

Vyacheslav Boytsov

*senior Lecturer of Economics and Marketing Chair,
Nosov Magnitogorsk State Technical University,
Russia, Magnitogorsk*

Denis Koshevoy

*master's Degree Student of Group EEMc-14,
Nosov Magnitogorsk State Technical University,
Russia, Magnitogorsk*

Dinislam Galiakberov

*student of Group 130403-12-1,
Nosov Magnitogorsk State Technical University,
Russia, Magnitogorsk*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются основные принципы конкуренции компаний. Изучаются подходы к обеспечению конкурентоспособности предприятий. Выделяются и анализируются достоинства и недостатки основных предприятий-конкурентов Миасского завода металлоизделий. На основе сделанных выводов составляется список требований к повышению качества выпускаемого продукта и организации производственного процесса. Практическая значимость настоящего исследования характеризуется возможностью использовать выводы и методы настоящего исследования при формировании маркетинговых стратегий других предприятий.

ABSTRACT

In the article basic competitive principles of companies are considered. Approaches to studying the competitiveness of enterprises are under study. Advantages and disadvantages of main enterprises-competitors of Miass Metalware Plant are determined. On the basis of drawn up conclusions, a list of demands to improve the quality of the product and the production process is made. The practical significance of the study is characterized by the ability to use methods and conclusions of this study in the formation of marketing strategies of other companies.

Ключевые слова: конкуренция; конкурентная среда; маркетинг; Миасский завод металлоизделий.

Keywords: competition; competitive environment; marketing; Miass Metalware Plant.

Современная мировая экономика развивается в условиях непрерывно усиливающейся конкуренции. Сложилась новая рыночная макросреда. Это связано с многочисленными переменами, которые произошли в результате структурных изменений в технологии, экономике, рыночной ситуации, установлении новых социальных приоритетов. Маркетинг воспринимает конкуренцию как среду обитания, естественную и необходимую для функционирования и развития рынка.

Конкуренция требует рационального поведения, стимулирует внимательность, меняет привычки. М. Портер отмечает, что конкуренция — динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты [5].

Перечисленные особенности конкурентной среды требуют, чтобы компании пересматривали свои стратегические позиции. Можно выделить следующие новые приоритеты в конкуренции [1, с. 17]:

1. Реструктурирование портфеля товаров. Компаниям необходимо диверсифицировать свой товарный портфель в сторону обеспечения большей добавленной стоимости, основываясь на технологическое развитие или на организационные «ноу-хау»;

2. Адаптация к запросам потребителей. Разборчивые потребители рассчитывают найти персонализированное решение своих проблем и фирма должна считаться с этим, создавая соответствующие сегменты рынка, основываясь на непосредственной реакции и интерактивной коммуникации;

3. Ориентация на опережение конкурентов. Ключевым фактором успеха для зрелых и стагнирующих рынков является способность прогнозировать действие конкурентов и опередить соперников;

4. Разработка прогностических систем. Сейчас фирмам необходимо разрабатывать системы, основанные на организационной гибкости, прогнозировании и планировании с учётом непредвиденных обстоятельств в условиях неопределённой рыночной обстановки;

5. Повышение эффективности управления на основе маркетингового подхода [2, с. 11]. Внутри фирмы необходима межфункциона-

нальная координация и корпоративная культура, которая стимулирует восприятие концепции маркетинга и содействует повышению конкурентоспособности фирмы.

Таким образом, современные подходы к обеспечению конкурентоспособности предприятий характеризуются следующими чертами [3]:

- ориентация на потребителя. Для осуществления этого фирма должна обладать сложной и динамичной технологией, которая позволяет реагировать на неожиданные изменения потребностей и даже предугадывать их развитие, создавать условия для их удовлетворения.
- ориентация на инновации. Введение новых технологий — залог конкурентоспособности фирмы. Нынешние крупные компании — это научно-производственные объединения, в которых ассигнования на НИОКР составляют около 6—7 % объёма продаж. Сокращение этих расходов может ослабить позиции компании.
- ориентация на стратегическое планирование. Сейчас возрастает целенаправленность и научная обоснованность принимаемых решений. Краткосрочные планы опираются на долговременные, которые определяют стратегические цели фирмы. Но необходимо также умение быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры. Поэтому у фирм обычно имеется несколько вариантов программ развития, учитывающих возможные изменения ситуации.
- ориентация на способность функционировать и конкурировать на международных рынках.

При проведении анализа конкурентов требуется учёт не только их внутренних особенностей или конкурентных преимуществ, но и внешних неконтролируемых переменных конкурентной среды. Таким образом, начальным этапом анализа конкурентов является исследование конкурентной среды.

Мы выделили четыре основных предприятия, которые являются конкурентами для Миасского завода металлоизделий («МЗМИ»). Ниже в таблице 1 представлена краткая информация о предприятиях-конкурентах.

Таблица 1.
Основные конкуренты Миасского завода металлоизделий

Название организации	Юридический адрес	Основные направления деятельности организации	Срок работы на рынке
ООО «Челябметалло-птторг»	г. Челябинск, Троицкий тракт, 46	Данное предприятие предлагает следующие виды продукции и услуг: металлопрокат, металл б/у, урны металлические, металлоконструкции, контейнеры для ТБО, трубы на забор, баки для воды, столбы для забора, мангалы; услуги по резке металла, сверлению отверстий и т.д.	17 лет
ООО «Технология металлов»	г. Оренбург, ул. Терешковой, 299	Производство готовых металлических изделий: решётки, двери, стеллажи, ворота, калитки, ограждения, перила, сейфы, шкафы металлические, ящики для оружия и другие металлоконструкции	7 лет
ООО «СК-Город»	г. Уфа, ул. Кировоградская, 33	Предприятие осуществляет комплексные поставки металлической мебели: стеллажи с различной грузоподъёмностью (складские, архивные, офисные); шкафы для одежды (многосекционные, сумочные, многодверные); шкафы бухгалтерские (картотечные, архивные, банковские); верстаки различных конфигураций (тумбы, экраны, держатели инструмента, полки); оружейные шкафы различных размеров и вместимости; пожарные шкафы; сейфы с различными классами защиты	12 лет
ООО «Сейф 2000»	г. Самара, ул. Партизанская, 19	Основные виды продукции: сейфы: мебельные, офисные, огнестойкие, взломостойкие, встраиваемые и пр., шкафы металлические: бухгалтерские, архивные, картотечные, для одежды; стеллажи: архивные, складские, для поддонов.	15 лет

Как видно из таблицы 1, основные конкуренты «МЗМИ» географически расположены далеко друг от друга и находятся в крупных городах. Нельзя сказать, что конкуренция очень высока, но всё же конкуренты достаточно влиятельные и большинство из них работают на рынке металлоизделий очень давно. Также у большинства из наших конкурентов имеется более широкий ассортимент продукции и спектр предлагаемых услуг. Далее мы постарались кратко охарактеризовать основные достоинства и недостатки основных конкурентов МЗМИ (таблица 2).

Таблица 2.

Основные достоинства и недостатки конкурентов

	ООО «Челябметалло- пторг»	ООО «Технология металлов»	ООО «СК-Город»	ООО «Сейф 2000»
Достоинства	-широкая номенклатура оказываемых услуг, включая не оказываемые «МЗМИ»; -способность справиться с любыми объёмами работ в короткие сроки; – высокая степень осведомленности о фирме – наличие мощной производственной базы; – наличие собственного сайта организации;	– широкий ассортимент производимой продукции; – высокая квалификация работников и обслуживающего персонала; – соблюдение сроков поставок;	-бесплатный выезд для сборки продукции на месте; – широкий перечень предлагаемых услуг, в том числе не имеющих на «МЗМИ»; – опытный персонал; -сертифицированная продукция; – наличие большого количества собственного транспорта, используемого для доставки продукции; -проведение активной рекламной кампании;	– большой опыт работы на рынке металлоизделий; – опыт участия в крупных выставках и ярмарках; – является одной из стабильных организаций на рынке металлоизделий г. Самары и близлежащих регионов; – имеет сертификат качества ISO 9001:2008; – наличие собственного отлаженного сайта организации;

Недостатки	Большая ориентация на продажу б/у металла и на резке металлопроката, чем на изготовлении металлоизделий;	-недостаточно большой опыт работы на рынке; -отсутствие мощной производственной базы, собствен. транспорта;	Отсутствие налаженных хозяйственных связей с поставщиками	Высокие цены на производимую продукцию
------------	--	---	---	--

Исходя из проведенного анализа достоинств и недостатков фирм-конкурентов, можно сделать следующие выводы:

а. Миасский завод металлоизделий имеет достаточно ограниченный ассортимент производимой продукции и перечень услуг, включая выездную бригаду по сборке металлопродукции по месту нахождения потребителя.

б. У МЗМИ имеется достаточно мощная производственная база и наличие площадей для её расширения, но, в отличие от организации «СК-Город», отсутствует достаточное количество собственного транспорта для доставки продукции до потребителя и приходится использовать наемный транспорт.

в. МЗМИ не имеет сертификата качества на продукцию, в отличие от компаний «СК-Город» и «Сейф 2000».

г. В связи с тем, что на МЗМИ оборудование устарело, а его модернизация только началась, завод не всегда в сроки справляется с изготовлением заказов. Это является достаточно негативным фактором, т. к. почти все конкуренты не имеют подобного недостатка.

д. МЗМИ (в отличие от своих конкурентов) не имеет собственного сайта и не проводит никакой рекламной кампании, что значительно затрудняет сбытовую деятельность предприятия.

Учитывая выводы, сделанные по анализу конкурентов, необходимо повысить:

1. Качество управления, которое в свою очередь определяется дальновидностью стратегического мышления и квалификацией руководителей и менеджеров;

2. Качество продукта, которое рассматривается как критический показатель конкурентоспособности предприятия. Если качество не удовлетворяет требованиям рынка, то товар (услуга) утрачивают свою реальную рыночную стоимость. Качество продукции в значительной степени определяет долю рынка МЗМИ;

3. Производительность труда, заменив часть старого оборудования на новое, высокотехнологичное;

4. Качество послепродажного обслуживания, которое должно обеспечивать удовлетворенность потребителя в процессе использования товаров по назначению. В этом случае у потребителя формируется чувство лояльности к марке, что положительно сказывается на имидже предприятия и его конкурентоспособности.

5. Эффективность формирования спроса и стимулирования сбыта. Рост расходов на рекламу свидетельствует о возрастании значимости этого показателя.

Список литературы:

1. Аристов О.В. Конкуренция и конкурентоспособность: Учеб пособие/ ГУУ. М.: ЗАО «Финстатинформ», 1999. — 142 с.
2. Лимарев П.В., Лимарева Ю.А., Завойская И.В. Повышение эффективности управления региональными печатными СМИ на основе маркетингового подхода МГТУ им. Г.И. Носова. Магнитогорск, 2011.
3. Лимарева Ю.А., Лимарев П.В. Классический маркетинг как агрессивная форма проявления глобализации // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России: сб. мат-лов Всеросс.науч-теоретич. конференции / под ред. Жилиной В.А. Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ», 2010. — С. 179—181.
4. Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ.: Уч.пособ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. — 495 с.
5. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Поведение потребителей» /Зиновьева Е.Г., Кеба В.И., Кучмий Т.И., Субач И.А., Завойская И.В., Лимарева Ю.А., Остапченко Л.А., Щербакова Т.В., Тахтина Т.В., Леушина С.В. / учебно-методический комплекс по дисциплине «Поведение потребителей» / Магнитогорск, 2008.
6. Финансовый словарь. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://arb.ru/b2c/dictionary/gap-analiz-423465/>.
7. Хисаметдинов И.Н., Лимарев П.В. Понимание сущности маркетинга как философии бизнес-идеи // Актуальные проблемы экономического развития / Сборник статей Международной научно-практической конференции, Уфа, Республика Башкортостан, 2014. — С. 308—311.

**ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ЦЕН
НА ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ
В СТРАНАХ ЕВРОПЫ И ИХ АДАПТАЦИЯ
НА РОССИЙСКИХ РЫНКАХ ИНФОРМАЦИИ**

Бойцов Вячеслав Геннадьевич

*ст. преподаватель кафедры экономики и маркетинга
МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск*

Кобыльская Оксана Викторовна

*студент группы ЗИПИб-13 МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск
E-mail: Polikutina@inbox.ru*

Магафурова Регина Ильгамовна

*студент группы ЗИПИб-13 МГТУ им. Г.И. Носова,
РФ, г. Магнитогорск
E-mail: Regina.Battalowa@yandex.ru*

**SYSTEMS APPROACH OF THE SHAPING THE PRICES
ON INFORMATION PRODUCT
IN EUROPEAN COUNTRIES AND THEIR ADAPTATION
ON RUSSIAN INFORMATION'S MARKET**

Vyacheslav Boitsov

*professor assistant Economics and Marketing,
FSEI HPE Nosov Magnitogorsk State Technical University,
Russia, Magnitogorsk*

Oksana Kobylskaya.

*student, FSEI HPE Nosov Magnitogorsk State Technical University,
Russia, Magnitogorsk*

Regina Magafurova

*student, FSEI HPE Nosov Magnitogorsk State Technical University,
Russia, Magnitogorsk*

АННОТАЦИЯ

В статье дается краткий обзор основных направлений исследования методов формирования цен на информационный продукт.

ABSTRACT

In article is given synopsis of the main trends of the researching method of the shaping the prices on information product.

Ключевые слова: методы формирования цен; информационная продукция; принципы экономической оценки информации.

Keywords: the methods of the shaping the prices; information product; principles of the economic estimation to information.

Рыночный оборот информационного продукта в европейских странах имеет намного более долгую историю, чем оборот информационного продукта в России. Именно в Европе началось развитие информации как объекта рыночных отношений, в Европе появились первые массовые носители информации и субъекты, её производящие и реализующие. Поэтому опыт европейских стран в производстве, реализации и использовании информационного продукта бесценен.

Российские производители и ритейлеры информационного продукта зачастую повторяют уже пройденный европейцами путь — свыше 70 лет информация в нашей стране не считалась объектом купли-продажи, соответственно, её производство и передача потребителю не зависели от рыночного спроса на информацию, а нелегальный рынок информации в подавляющем большинстве случаев сводился к спекуляции дефицитными книгами, чаще всего художественными.

В условиях переходной экономики информация стала легальным товаром, имеющим спрос, удовлетворяемый производителями и продавцами информационного продукта.

Значительной проблемой в обороте информации является отсутствие системного подхода к ценообразованию на информационную продукцию. Недостаточно систематизирован подход к ценообразованию на мотивирующий информационный продукт — на рекламу и пр., но и эта сфера информационного рынка не всегда поддается логике и адекватному восприятию.

Методы формирования цены на информационный продукт в европейских странах намного более структурированы. Изучение этих структур, определение закономерностей ценообразования сможет

стать базой для формирования системного подхода к ценообразованию на рынках информации и в нашей стране.

Основные направления деятельности по исследованию методов формирования цен на информационный продукт представлены этапами:

- анализ процесса производства информационного продукта в странах ЕС;
- изучение подходов и методов формирования цен на информационную продукцию в странах ЕС;
- разработка принципов экономической оценки информационной продукции;
- изучение возможности адаптации европейского опыта формирования цен на информационный продукт на российских рынках информации.

Исследование позволяет расширить знания в области информационной экономики во всех странах мира.

Принципы оценки информационного продукта, сформированные в результате исследования, с большой точностью позволяют оценивать продукт, произведённый для реализации на рынках информации европейских стран, что способствует повышению экономической эффективности организаций, действующих на информационных рынках.

Лимарев П.В. в статье «Оценка информационного продукта на региональном рынке телевизионной информации» [9] выделяет понятие экономической единицы информации (ЭЕИ). Для расчёта стоимости ЭЕИ предлагает использование коэффициентов, регулирующих расчёты при размещении на каждом конкретном канале в рамках конкретной передачи. Базовая ЭЕИ активного спроса (Economic Unit of Information Active demand — 0, EUI_{A0}), также, как и ЭЕИ пассивного спроса (Economic Unit of Information Passive demand — 0, EUI_{P0}), при этом останется абстрактной величиной.

$$EUI_{A0} = EUI_{P0} \quad (1),$$

где: EUI_{A0} — базовая ЭЕИ активного спроса;
 EUI_{P0} — базовая ЭЕИ пассивного спроса.

Предлагается расчёт EUI_A проводить путём умножения EUI_{P0} на ряд коэффициентов, определяемых путём отношения реального рейтинга каждого параметра (канал, время, передача — основные, участие знаковых личностей, оформление и пр. — дополнительные) к среднему рейтингу этого параметра:

$$EUI_A = EUI_{P0} \cdot K_{R1} \cdot K_{R2} \cdot K_{R3} \cdot \dots \cdot K_{RN} \quad (2),$$

где: EUI_A — стоимость экономической единицы информации активного спроса, размещённой в телепередаче;

$K_{R1}, K_{R2}, K_{R3}, \dots, K_{RN}$ — рейтинговые коэффициенты, присвоенные каждому параметру в соответствии с отношением к среднему по рынку рейтингу.

Исследование стоимости экономической единицы информации имеет существенную теоретическую ценность как методология оценки информационного продукта, на базе которой можно моделировать процессы ценообразования для любого продукта, представленного на информационных рынках.

Значительную практическую ценность для любого производителя или ритейлера информационной продукции представляют разработанные методики экономической оценки информации.

Процессы, происходящие в информационной экономике, изучены недостаточно, а специфика информации как товара такова, что она к серьёзно отличается от традиционных товаров и услуг (например, качество информационного продукта зависит прежде всего от его востребованности и от оформления, в отличие от иных товаров и услуг, у которых востребованность продукта зависит от качества).

В результате исследования авторами изучены и систематизированы принципы экономической оценки производимой информации и предложены методы оценки информационного продукта для информационных рынков.

Подобное исследование позволяет расширить рамки взаимодействия с европейскими организациями в области научной деятельности и привлекает зарубежных партнёров для работы в области информационной экономики.

Список литературы:

1. Лимарев П.В. Маркетинговые исследования: конспект лекций: учебное пособие / П.В. Лимарев, Ю.А. Лимарева. Магнитогорск: МДП, 2012.
2. Лимарев П.В. Кучмий Т.И. Методика оценки эффективности управления предприятием-издателем регионального печатного СМИ: Сборник научных трудов / Экономические, гуманитарные и правовые исследования. Под ред Н.Р. Балынской. Магнитогорск: 2013. — С. 59—64.
3. Лимарев П.В., Лимарева Ю.А. Проблемы исследования экономической эффективности организаций (на примере организации — издателя регионального печатного СМИ) // Вестник науки Сибири. — 2014. — № 1 (11). — С. 123—132.

4. Лимарев П.В. Сравнительный анализ рекламных возможностей сети интернет и печатных средств массовой информации // *Маркетинг в России и за рубежом*. — 2007. — № 6. — С. 119—124.
5. Лимарева Ю.А., Лимарев П.В., Савосько Е.С. Маркетинговое исследование рынка печатных изданий автомобильной тематики г. Магнитогорска // *Маркетинг в России и за рубежом*. — 2010. — № 4. — С. 56—63.
6. Лимарев П.В. Особенности интеграции печатных СМИ Южного Урала в информационное общество // *Маркетинг в России и за рубежом*. — 2012. — № 2. — С. 102—111.
7. Лимарев П.В. Оценка информационного продукта на региональном рынке телевизионной информации // *Маркетинг в России и за рубежом*. — 2014. — № 6. — С. 72—79.
8. Лимарев П.В., Лимарева Ю.А. Исследование интернет-ресурсов г. Магнитогорска на региональном рынке информации // *Маркетинг в России и за рубежом*. — 2014. — № 1. — С. 97—108.
9. Лимарев П.В., Лимарева Ю.А. Управление оборотом информации в условиях институциональных ограничений в экономике // *Менеджмент в России и за рубежом*. — 2015. — № 2. — С. 71—76.
10. Хисаметдинов И.Н., Лимарев П.В. Понимание сущности маркетинга как философии бизнес-идеи: Сборник статей Международной научно-практической конференции Актуальные проблемы экономического развития / Под ред. Сукиасян А.А. Уфа: АЭТЕРНА 2014. — С. 308—311.

СЕКЦИЯ 3.

МАРКЕТИНГ

НАУКОЕМКИЕ ОТРАСЛИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ И СПЕЦИФИКА ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аванесян Михаил Георгиевич

*доцент кафедры «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»
РФ, г. Москва
E-mail: MG-Ava@mail.ru*

Гурицкой Дмитрий Александрович

*канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»
РФ, г. Москва*

KNOWLEDGE-INTENSIVE BRANCHES OF DOMESTIC ECONOMY AND SPECIFICS OF CARRYING OUT MARKET RESEARCHES

Michael Avanesyan

*associate Professor of "Financial Management"
MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

Gurtskoj Dmitry

*PhD, Associate Professor of "Financial Management"
MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В данной статье говорится об особенностях процесса разработки и вывода на рынки продукции наукоемких отраслей. На основании проведенного анализа в статье раскрывается специфика маркетинговых исследований, направленных на снижение рисков и неопределенностей, как рыночного, так и технологического.

ABSTRACT

This article refers to the peculiarities of the process of developing and bringing to market products high-tech industries. Based on the analysis in the article reveals the specifics of marketing research aimed at reducing risks and uncertainties, both market and technological.

Ключевые слова: маркетинговые исследования; наукоемкие отрасли; стадии развития; продажи; стадия.

Keywords: market research; high-tech industry; stage of development; sales; stage.

Специфической особенностью современного этапа общественного развития можно назвать трансформацию структуры общественного производства, выделение в его составе наукоемких отраслей экономики. Также можно наблюдать изменение роли не вещественных элементов производственного процесса: информации, знаний, навыков и умений персонала, инновационных и научно-исследовательских разработок. Наукоемкие отрасли характеризуются тем, что они выпускают продукцию с высокой добавленной стоимостью — большим удельным весом интеллектуальных ресурсов в производстве, а не трудовых, материальных и сырьевых ресурсов. Серьезные изменения происходят в разделении общественного труда: в данный процесс активно вовлекаются научные исследования, архитектурские и инженерные разработки, иные виды творческой деятельности [2].

За последние несколько десятков лет сформировались отрасли экономики, основанные на научных разработках: электронная, электротехническая, космическая, фармацевтическая промышленность, производство компьютеров, научное приборостроение и др., которые стали называть наукоемкими отраслями. В них научное знание принято называть необходимым условием эффективности осуществления процесса производства, источником нововведений.

Таким образом, современный этап общественного развития можно охарактеризовать усилением влияния инноваций, технологий, науки на развитие экономических систем различного уровня.

Продукция, основанная на новейших технологиях, можно назвать драйверами интенсификации экономического роста отраслей и национальных экономик. Однако заманчивые перспективы продвижения продукции наукоемких отраслей на рынки ограничены субъективными и объективными барьерами, территориальными, институциональными, социальными и психологическими факторами, которые создают препятствия на пути их внедрения.

В результате переплетения разнообразных факторов возникает усиление неопределенности и повышение рисков для наукоемких отраслей и инновационных продуктов, а также для функционирующих в данной сфере организаций. Усугубляется ситуация тем, что продукция наукоемких отраслей оказывают дифференцированное воздействие на характер развития и изменение структуры товарных рынков [7]. Взаимодействуя друг с другом наукоемкие организации, товарные рынки, потребители, технологии и высокотехнологичная продукция формируют сложную динамично меняющуюся среду.

Исходя из изложенных выше обстоятельств, следует объективная необходимость осуществления маркетинговых исследований в сфере приложения новых видов продукции наукоемких отраслей. Также этому способствуют [1]:

- усиление конкуренции в высокотехнологичных отраслях;
- повышение уровня открытости внутренних национальных рынков;
- широкое распространение инновационной продукции;
- повышение уровня рисков и неопределенности перспективных изменений объемов продаж наукоемкой продукции.

Маркетинговые исследования в наукоемких отраслях ориентированы, прежде всего, на поиск возможностей снизить риски продвижения высокотехнологичной продукции и рыночной неопределенности. В наукоемких отраслях, в отличие от традиционных, складывается особый вид взаимоотношений между участниками, и формируются специфические формы взаимодействия.

Процесс коммерциализации наукоемких разработок содержит множество проблем, главным образом, неоднозначную реакцию на разные виды наукоемкой продукции со стороны рынка и потребителей. Только единицы из всего перечня производимых наукоемких видов продукции воспринимаются потребителями и показывают увеличение объемов продаж. Поэтому основным инструментом роста возможностей наукоемких отраслей, завоевания приоритетных конкурентных позиций являются маркетинговые исследования.

Актуальность маркетинговых исследований наукоемких отраслей связана со специфическими потребительскими характеристиками производимых товаров. Например, не всегда поведение потребителей характеризуется достаточным пониманием назначения наукоемкой продукции, это обусловлено инерционностью мышления, сложностями применения, особым отношением к инновациям. Данная особенность особенно актуальна на этапах внедрения на рынок наукоемкой продукции, которая зачастую непонятна и неизвестна потребителям [4].

Продвижение наукоемкой продукции на товарных рынках сопровождается, как правило, формированием в начальный период продаж рыночных ниш. Возможности динамики рыночных ниш наукоемкой продукции зависят от того, узнают ли о них покупатели, смогут ли данные ниши идентифицировать потенциальные потребители? А, может быть, указанные ниши перестанут существовать, не достигнув интересов целевой аудитории?

Маркетинговые исследования позволяют получить ответы на эти и другие подобные вопросы. Наукоемкие отрасли обладают высокой динамичностью, поэтому для них необходимы ускоренные темпы оперативного реагирования на все изменения и реализации маркетинговых исследований. Многие маркетологи отмечают, что сфера маркетинговых исследований наукоемких отраслей и в развитых странах, и в нашей стране до сих пор остается не до конца изученной [3].

Это обусловлено узостью используемых методов и моделей исследования, отсутствием выбора источников информации о высокотехнологичной продукции, ограниченными возможностями взаимодействия с потребителями, очень высокими рисками и повышенной неопределенностью развития. Для получения ожидаемых результатов маркетинговых исследований следует проводить комплексную оценку рисков продвижения новых видов наукоемкой продукции, анализ всех возможных видов риска, потенциальный уровень потребительского спроса, сегментирование потенциальных потребителей.

Однако, маркетинговые исследования наукоемких отраслей осложняются отсутствием ретроспективных статистических сведений, поэтому ключевое значение в данных процессах приобретает прогноз будущего продвижения продукции наукоемких отраслей в качестве рыночной ниши в зависимости от стадии развития высокотехнологичного товара [5]. Целенаправленные и всесторонние маркетинговые исследования на различных этапах жизненного цикла наукоемкой продукции, начиная с разработки идеи продуктовой концепции и, заканчивая активным рыночным ростом, способствуют реальной оценке

потенциальных возможностей продвижения продукции, минимизации стратегической неопределенности рыночной ниши, получению убедительных аргументов для венчурных компаний и инвесторов.

Следует подчеркнуть, что на разных этапах жизненного цикла становятся эффективными различные способы проведения маркетинговых исследований, различные методы взаимодействия с потребителями, собственные источники получения информации [6].

Так, маркетинговые исследования, характерные для этапа, который называется «посевная» стадия, ориентированы на формирование потенциальной ниши наукоемкой продукции, ориентированы на оценку и анализ общих рыночных перспектив высокотехнологичной продукции, а также установления наличия потенциальных каналов сбыта и потребителей.

Маркетинговые исследования, характерные для этапа, который называется «стартап», ориентированы на освоение рыночной ниши и разработка прототипа(бренда) продукции, формирование рыночного дизайна на основании полученных пожеланий потребителей. На данном этапе прогнозируется реальный потенциал рыночной ниши высокотехнологичной продукции.

Маркетинговые исследования, характерные для этапа, который называется «коммерциализации», ориентированы на расширение понимания потребителями назначения продукции, дальнейшее изучение предпочтений потребителей, формирования предложений по улучшению наукоемкой продукции.

Список литературы:

1. Геращенко М.М. Подходы к определению сущности маркетинга инноваций / М.М. Геращенко, Т.И. Шерстобитова // *Фундаментальные исследования*. — 2014. — № 3, — ч. 2. — С. 321—325.
2. Казакова Н.В. Современный этап развития товароведения // *Научные труды Вольного экономического общества России*. — Т. 74. — 2006. — с. 135—142.
3. Кемаева М.В. О приоритетах инновационной политики в реальном секторе российской экономики / М.В. Кемаева // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского* — 2013. — № 3(3) — С. 117—120.
4. Кетова Н.П., Жук Е.С. Стратегический маркетинг. Учебник. Ростов-н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2011. — 400 с.
5. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент. Курс лекций: учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 288 с.
6. Токарев Б.Е. Анализ методов оценки рыночных ниш наукоемких товаров // *Маркетинг и маркетинговые исследования*, — №6, — 2011. — с. 442—445.
7. Токарев Б.Е. Инновационное предпринимательство: анализ опыта других стран // *Инициативы XXI века*, — № 4, — 2013. — с. 49—52.

СЛОЖНОСТИ В ПРОВЕДЕНИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА

Галетов Иван Дмитриевич

*канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ - Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»
РФ, г. Москва
E-mail: galetov-gid@mail.ru*

Гулюгина Татьяна Ивановна

*канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ - Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»
РФ, г. Москва
E-mail: tgulyugina@rambler.ru*

DIFFICULTIES IN CARRYING OUT THE ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF USE OF INSTRUMENTS OF MARKETING

Ivan Galetov

*PhD, Associate Professor of "Financial Management"
MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

Tatyana Gulyugina

*PhD, Associate Professor of "Financial Management"
MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

Целью статьи является исследование проблемы оценки эффективности стратегий маркетинга. В настоящей работе с помощью системного подхода, логических методов исследования проанализированы различные аспекты проблемы оценки эффективности стратегий маркетинга. Сделан вывод о том, что экономическая эффективность

стратегий маркетинга рассчитывается путем измерения и сравнения доходов и расходов предприятия на проведение маркетинговых мероприятий. В тоже время для полноты оценки необходимо рассчитывать и оценивать влияние коммуникативной эффективности.

ABSTRACT

The purpose of article is research of a problem of an assessment of efficiency of marketing strategies. In the real work by means of system approach, logical methods of research various aspects of a problem of an assessment of efficiency of marketing strategies are analysed. The conclusion that economic efficiency of marketing strategies pays off by measurement and comparison of the income and expenses of the enterprise on carrying out marketing actions is drawn. In too for completeness of an assessment it is necessary to time and estimate influence of communicative efficiency.

Ключевые слова: стратегии маркетинга; экономическая эффективность; коммуникативная эффективность; доход; затраты.

Keywords: marketing strategies; economic efficiency; communication effectiveness; revenue; costs.

Определение эффективности стратегий маркетинга связано с комплексом взаимосвязанных факторов, влияющих на всю хозяйственную деятельность предприятия. Это подтверждается теорией оптимального функционирования экономики, согласно которой эффективность на отдельном участке деятельности предприятия должна оцениваться с позиции общего эффекта, то есть частичные критерии эффективности должны соответствовать глобальной критерию [5, с. 20].

Исходя из этого, можно сделать вывод, что эффект непосредственно от стратегий маркетинга можно оценивать только при рассмотрении его с точки зрения экономической и коммуникативной эффективности (рис. 1).

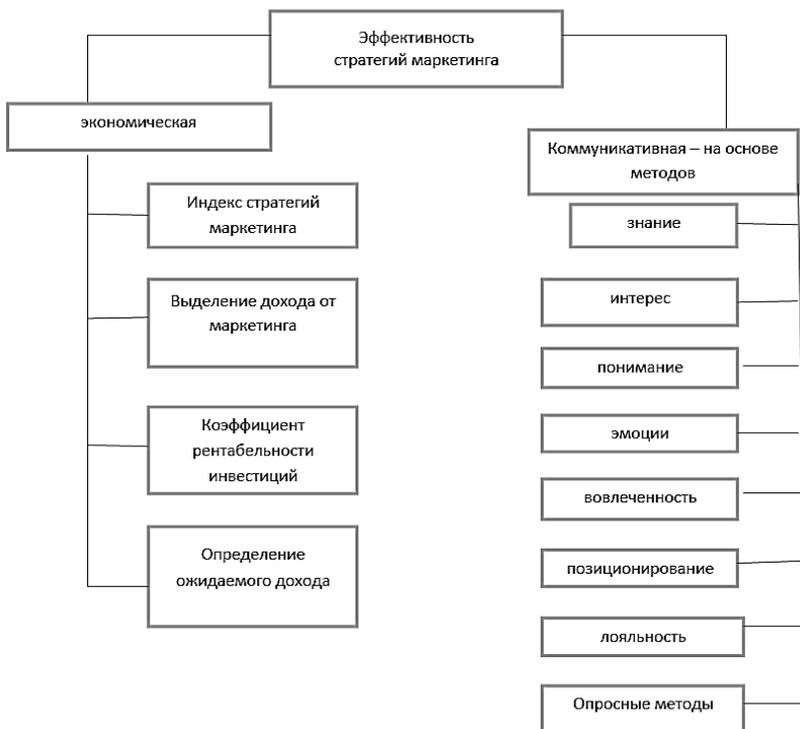


Рисунок 1. Эффективность стратегий маркетинга

Экономическую эффективность стратегий маркетинга можно представить как процесс распределения денежных средств в маркетинговой среде предприятия, результат которого выражается выгодой от получения ожидаемой прибыли, связанной с качественным продвижением продукта на рынок. Она выражается разностью между результатом (доходом), полученным от стратегий маркетинга, и вложенными средствами на их реализацию (затратами) за определенный промежуток времени [4, с. 58]:

$$\mathcal{E}_{\text{эк.эф}} = D_{\text{м}} - Z_{\text{м}} \quad (1)$$

где: $D_{\text{м}}$ — доходы, полученные в результате проведения маркетинговых мероприятий,

Z_m — совокупные затраты на проведение маркетинговых мероприятий.

На практике измерение экономической эффективности стратегий маркетинга представляет большие проблемы, так как маркетинговые действия не дают полного эффекта моментально. Кроме того, рост доходов зависит также от других повторяющихся в одно и то же время немаркетинговых факторов, таких как: выдача бюджетных средств, заработной платы и других систематически повторяющихся условий [3, с. 36]. Учитывая эти проблемы, следует экономическую эффективность стратегий маркетинга оценивать, используя метод сравнения доходов предприятия до и после проведения маркетинговых мероприятий путем сопоставления прибыли за определенный период, когда проводились маркетинговые мероприятия, с доходами за аналогичный прошедший период, когда маркетинговые действия не проводились.

Поэтому считаем необходимым ввести в систему расчетов экономической эффективности стратегий маркетинга такой показатель, как индекс маркетинга (I_m), определяемый путем сопоставления доходов (D_1) к затрат (Z_1) в период проведения маркетинговых мероприятий, с доходами (D_0) и затратами (Z_0) сопоставимого периода, когда маркетинг не проводился:

$$I_m = D_1/Z_1 : D_0/Z_0 \quad (2)$$

Таким образом, можно наблюдать динамику увеличения или снижения прибыли за счет проведения маркетинговых мероприятий и, если произошло приращение, выделить ту часть, которая поступила в результате реализации стратегии маркетинга. Доход от стратегий маркетинга в этом случае будет исчисляться по следующей формуле:

$$D_m = D_1 * I_m \quad (3)$$

Далее, чтобы узнать экономическую эффективность от проведенных маркетинговых действий, необходимо проанализировать все связанные с ними затраты.

Для этого, основываясь на распределении методов продвижения Ф. Котлера [2, с. 93], инструментах маркетинга отбираем те, которые занимают наибольший удельный вес и составляют в сумме 100 %. Например, личные продажи (43 %), связи с общественностью (28 %), наружная реклама (16 %) и стимулирование сбыта (13 %).

Исходя из данной схемы рассчитываются затраты, необходимые для реализации маркетинговой политики, с помощью следующей формулы:

$$Z_m = 43x_1 + 28x_2 + 16x_3 + 13x_4 \quad (4)$$

где x_1 , x_2 , x_3 , x_4 — соответствующие затраты для каждого маркетингового инструмента — личные продажи (x_1), связи с общественностью (x_2), наружная реклама (x_3) и стимулирование сбыта (x_4).

Итак, окончательный вывод об экономической эффективности маркетинговой политики предприятия делается в результате анализа прибыли и затрат, непосредственно связанных с проведением маркетинговых действий:

$$Э_{\text{эк. эф.}} = D_m - Z_m$$

Положительным в этом методе является то, что здесь учитывается только та часть прибыли и затрат, которые непосредственно связаны с реализацией стратегии маркетинга. Уровень экономической эффективности дает представление о том, ценой каких затрат был достигнут экономический эффект: чем больше эффект и меньше затраты, тем выше экономическая эффективность исследуемого объекта, и наоборот.

Кроме описанного метода, широко распространен метод оценки экономической эффективности маркетинговой деятельности, предлагаемый зарубежными компаниями, где затраты (Z_m) на то или иное маркетинговое мероприятие рассматриваются как инвестиции, и экономическая эффективность оценивается с помощью показателя рентабельности инвестиций [6, с. 34].

Резюмируя сказанное, делаем выводы, что экономическая эффективность стратегий маркетинга рассчитывается путем измерения сравнения доходов и расходов предприятия на проведение маркетинговых мероприятий. В тоже время общепринятым является мнение, что благоприятные изменения в информированности и положении клиента предполагают увеличение объема продаж. Таким образом, экономическая эффективность стратегий маркетинга напрямую зависит от степени психологического воздействия инструментов продвижения (маркетинга) на человека — коммуникативной эффективности. Следовательно, эффект от маркетинга не может быть полностью оценен, основываясь только на экономических показателях.

Необходимо проанализировать коммуникативную эффективность стратегий маркетинга (рис.1), которая характеризуется степенью привлечения внимания потенциальных клиентов, яркостью и глубиной их впечатлений, запоминаемостью маркетинговых мероприятий [1, с. 46].

Коммуникативная эффективность стратегий маркетинга характеризует качество обменного процесса между внутренней структурой и ее внешней средой, которые находятся в процессе постоянного информационного обмена и, таким образом, чем выше качество использования тех или иных инструментов (коммуникаций), их трансформация и распределение во внешней среде, тем выше эффективность.

При оценке коммуникативной эффективности стратегий маркетинга большую роль играет временной аспект. Результат от применения тех или иных инструментов (коммуникаций) для реализации различных целей маркетинговой политики может проявляться как в краткосрочном периоде (стимулирование сбыта, прямой маркетинг, реклама конкретной услуги), так и в долгосрочном периоде (спонсорство, реклама бренда).

Также необходимо учитывать, что при оценке эффективности каждого инструмента маркетинговой политики автоматически не обеспечивается интегральная эффективность всего комплекса маркетинга. Здесь необходимо соблюдение принципа синергизма, когда обеспечивается мультипликативный коммуникативный эффект стратегий маркетинга во внешней среде и рассчитывается алгебраическая сумма коммуникативных эффектов отдельных инструментов стратегий маркетинга.

Список литературы:

1. Землянская Н.Б. Методы оценки эффективности мероприятий по связям с общественностью — Научные труды Вольного экономического общества России. Т. 74, 2006
2. Котлер Ф. Управление маркетингом. М: 1992.
3. Матанцев А.Н. Эффективность рекламы. М. «Финпресс», 2002.
4. Туризм и гостиничное хозяйство. Под ред. д.э.н. А.Д. Чудновского М./ ЭКМОС, 2001.
5. Штрикунова М.М. Антикризисное управление предприятием с учетом факторов риска его инвестиционной деятельности. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 2-1.
6. Sutton D., Klein T. Enterprise Marketing Menegement. — john Wiley & Sons? Inc, 2003.

ЗАВИСИМОСТЬ ИЗДЕРЖЕК НА ПРОВЕДЕНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ОТ КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОИЗВОДИМЫХ ИЗДЕЛИЙ

Железин Александр Владимирович

*канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,
РФ, г. Москва
E-mail: boss.zhelezin@mail.ru*

Киндюкова Светлана Сергеевна

*ассистент кафедры «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,
РФ, г. Москва
E-mail: Littlekindy@mail.ru*

DEPENDENCE OF COSTS FOR CARRYING OUT A COMPLEX OF MARKETING ON QUALITATIVE CHARACTERISTICS OF THE MADE PRODUCTS

Alexander Zhelezin

*PhD, assistant professor of "Financial Management"
"MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

Svetlana Kindyukova

*assistant of the Department "Financial Management"
"MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье говорится о том, что на данном этапе развития современной рыночной экономики на первый план выступают проблемы удовлетворения потребностей покупателей, причем в условиях неизменной цели предпринимательской деятельности —

получения прибыли главным средством ее достижения цели можно назвать расширение объемов продажи товаров за счет постоянного улучшения качества. При этом важно соблюдать принцип эффективности затрат на маркетинг, то есть результаты от вложенных затрат на маркетинг качества должны соответствовать их объему.

ABSTRACT

The article said that at this stage of the development of modern market economy to the fore the problem of meeting the needs of customers, and in a constant goal of business - profit of its main means of achieving the goal can be called the expansion of the volume of sales of products through continuous improvement quality. It is important to respect the principle of cost-effectiveness of marketing, if the results of your investment expenses for marketing quality must comply with their terms

Ключевые слова: маркетинговые исследования; качество товара; предпринимательская деятельность; потребности; прибыль; эффективность.

Keywords: marketing research; product quality; business activities; needs; profit; efficiency.

Современные условия хозяйствования характеризуются усилением конкуренции на товарных рынках, что обусловлено большим количеством сходных товаров, усложнением борьбы предпринимательских за предпочтения покупателей. Основным инструментом для успешного решения вышеназванных проблем является маркетинг, а также различные маркетинговые категории: стратегия, дифференциация, сегментирование, позиционирование продукции. Причем существенное влияние на результаты маркетинговых процедур оказывает тот факт, что каждый потребитель обладает индивидуальным сочетанием сравнительных оценок, иными словами, для любого вида продукции у любого покупателя вырабатывается собственное видение качества товара.

Если представить товар в виде некоторой совокупности воспринимаемых покупателем свойств, то для производства и продвижения на рынке того или иного товара предприятию необходимо принимать во внимание субъективную оценку покупателей о качестве продукции. Такая комплексная совокупность субъективных и объективных факторов в конечном итоге должна стать необходимой и достаточной информационной базой, которую необходимо учитывать при принятии стратегических управленческих решений о перспективах развития бизнеса, разработки маркетинговой стратегии, уточнения способов

и методов стимулирования сбыта товаров, выбора аргументации для потребителей [2].

Поэтому представляется целесообразным проведение маркетинговых исследований качества товара, обозначающего уровень удовлетворения конкретной человеческой потребности, то есть качество товара — это мера полезности, в какой определенный вид товара способен удовлетворить потребности. В современном обществе представление о качестве товара меняется очень быстро: товар, который сегодня удовлетворяет потребителя своими качественными характеристиками, завтра, возможно, уже не будет отвечать его потребностям [1].

Процесс изменения потребительских предпочтений о качестве товара можно представить в виде совокупности взаимодействующих объективных и субъективных факторов: объективные факторы связаны с уровнем развития производительных сил, научно-технического прогресса, а субъективные зависят от степени и характера влияния покупателей товара на общественное воспроизводство. Данное влияние проявляется, главным образом, через платежеспособный спрос на отдельные различные виды продукции [4]. Можно выделить следующие причины необходимости повышения качества товаров на данном этапе развития современного общества:

- Ужесточение конкуренции за рынки сбыта выводит на первый план качество как основополагающий фактор повышения конкурентоспособности продукции.
- Качество товаров и услуг становится ключевым фактором и средством повышения эффективности производства, а также достижения главной цели бизнеса — прибыли.
- В случае выпуска товаров ненадлежащего качества производственное предприятие несет значительный ущерб, становится убыточным, и, как следствие, происходит спад темпов экономического роста.
- Трансформация психологического поведения покупателей товаров влечет за собой изменение их требований к качеству продукции.

Таким образом, в отношении конкретного товара качество — это оптимальное сочетание его сбалансированных полезных свойств на всех этапах жизненного цикла продукции, знание которых позволяет производственным предприятиям расширять рынок сбыта данной продукции и, в итоге, получать дополнительную прибыль.

Необходимо подчеркнуть, что экономия финансовых ресурсов производственных предприятий в результате маркетинговых

исследований возможностей повышения качества продукции может быть весьма существенной, несмотря на первоначально затраченные средства. Например, согласно экспертным оценкам рост инвестиционных вложений, направленных на маркетинговые исследования возможностей повышения качества товаров на этапе проектирования товара лишь на 2 % может способствовать увеличению прибыли на 20 %, причем окупаемость таких инвестиций достигает 900 % [5]. Это связано с тем, что полученная от маркетинговых затрат на качество продукции экономия финансовых ресурсов позволяет увеличить объемы продаж, снизить цену производимого товара за счет эффекта масштаба, что, вполне закономерно, приведет к увеличению конкурентоспособности товара.

Однако, принятие оптимальных решений управления качеством товаров на основе проводимых маркетинговых исследования невозможно без углубленного изучения рыночной среды, количественных характеристик потребителей, проведения сегментации рынка. Поэтому затраты на маркетинг могут быть достаточно большими, но не всегда приносящими ожидаемых результатов.

Проблемы могут возникнуть в том случае, если впоследствии выяснится, что большая часть затрат на маркетинговые исследования нельзя признать эффективными. Данную ситуацию следует отличать от такой, когда производственные предприятия вкладывают в затраты на маркетинг недостаточно денежных средств и ресурсов, что влечет за собой снижение конкурентоспособности, падение объемов продаж, недополученную прибыль. Вышеуказанные обстоятельства требуют проведения тщательного анализа оценки и оптимизации затрат на маркетинг. Для чего любому производственному предприятию необходимо ответить на два вопроса [3]:

1) Какие затраты можно отнести к «маркетинговыми»?

Представляется целесообразным разделить все мероприятия на три категории:

- стратегический маркетинг, к которому относятся различные формы стратегического анализа факторов внешней среды функционирования, процессы сегментации рынка, исследование предпочтительных качественных характеристик для каждого сегмента, конкурентный анализ качества производимых товаров, формирование портфеля продукции и др.

- Операционный маркетинг, который состоит из исследований рынка, бюджетирования затрат на маркетинг, составление маркетинговых планов и анализ их реализации и др.

- Процесс реализации маркетинговых планов, состоящий из осуществления рекламных и PR кампаний, непосредственно продажи товаров, поддержание текущих коммуникаций и др.

Определение совокупных затрат на маркетинг следует посредством суммирования внешних и внутренних усилий и расходов, которые были потрачены на их выполнение вышеуказанных мероприятий.

2) *Как оценить эффективность затрат?*

Чтобы понять насколько эффективны затраты на маркетинг, нужно определить возможный (либо уже полученный) прирост прибыли за счет расширения рынка сбыта в результате маркетинговых исследований возможностей повышения качества продукции, рассчитать покрытие полученной дополнительной выручкой планируемые (уже произведенные) затраты на маркетинг и получение при этом прибыли.

Принятие стратегических решений по указанным мероприятиям должно быть основано на маргинальном анализе, базирующегося на утверждении, что если дополнительная выручка выше дополнительных издержек, связанных с затратами на маркетинг, то прибыль увеличивается.

Целесообразно придерживаться следующих принципов [5]:

- В случае если затраты на маркетинг за год более 1 % оборота и у предприятия нет грамотной маркетинговой стратегии, то данные затраты скорее всего не будут эффективными.

- Если затраты на маркетинг за год значительно меньше 1 % оборота даже при наличии маркетинговой стратегии может случиться так, что объем затрат будет недостаточен.

- Если затраты на маркетинг находятся на уровне 1 % и имеется хорошо продуманная маркетинговая стратегия, то можно прогнозировать высокую эффективность производимых дополнительных затрат.

Обобщая вышеизложенное, можно сказать, что в современных условиях проблема повышения качества сильно связана с уровнем конкурентоспособности товаров, является весьма актуальной и требует незамедлительного решения. Решение данной проблемы позволяет значительно увеличивать сбыт производимых товаров, причем основным инструментом ее решения можно назвать комплексное маркетинговое исследование качественных предпочтений потребителей.

Список литературы:

1. Землянская Н.Б., Кулакова Е.В., Управление качеством в системе маркетинга фармацевтического предприятия — Научные труды Вольного экономического общества России. — Т. 155, — 2011 — С. 169—178.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Вильямс, 2011. — 496 с.
3. Кулик А.М. Теоретические аспекты маркетинга как центра деловой и организационной деятельности современного предприятия. Вестник ИДНК. — 2013. — № 3(27). — С. 114—119.
4. Логинова Ю.В. Анализ эффектов, наблюдаемых в поведении потребителей. Экономика и управление в 21 веке: тенденции развития: Сборник материалов V межд.науч.-практ.конф. Новосибирск: НГТУ, 2012. — С. 38—42.
5. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент. Курс лекций: учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 288 с.

ИНТЕГРАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СООБЩЕНИЙ В КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ КОМПАНИИ

Землянская Наталия Борисовна

*канд. экон. наук, доцент кафедры «Маркетинг»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,
РФ, г. Москва*

E-mail: Natasha205@rambler.ru

Казакова Наталья Вячеславовна

*канд. экон. наук, доцент кафедры «Маркетинг»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,
РФ, г. Москва*

E-mail: nkazakova01@inbox.ru

INTEGRATION OF MARKETING MESSAGES IN COMMUNICATION POLICY OF THE COMPANY

Natalia Zemlyanskaya

*PhD, assistant professor of "Marketing"
"MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

Natalia Kazakova

*PhD, assistant professor of "Marketing"
"MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются вопросы организации эффективного продвижения товаров или услуг на рынок с использованием системы интегрированных маркетинговых коммуникаций

ABSTRACT

The article deals with the organization of effective promotion of goods or services with the use of integrated marketing communications.

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации; синергия; реклама; PR; стимулирование сбыта; личная продажа; потребительское поведение.

Keywords: integrated marketing communications; synergy; advertising; PR; sales promotion; personal selling consumer behavior.

В последнее время рыночная ситуация складывается таким образом, что раздельное использование различных средств комплекса маркетинговых коммуникаций становится практически невозможным. В современном бизнесе, как правило, одновременно применяют не одно, а несколько средств комплекса, которые при умелом их комбинировании дают так называемый эффект синергии, заключающийся во взаимном усилении результативности каждого из используемых средств.

Для достижения стратегических маркетинговых целей и успешного решения маркетинговых задач необходимо разработать оптимальное сочетание средств комплекса маркетинговых коммуникаций. Это является одной из важнейших и в то же время сложнейших задач, стоящих перед любой компанией, так как от ее правильного решения зависит общий объем расходов фирмы на осуществление коммуникации. При том, что

в последнее время затраты на маркетинговые коммуникации выходят на одну из первых позиций в смете расходов, этот момент становится принципиальным. Кроме того, недостаточная результативность коммуникационной деятельности компании может привести к недополучению объемов (гораздо больших, по сравнению с этими расходами) прибыли, даже при грамотной товарной, ценовой и сбытовой политике. Таким образом, для повышения эффективности коммуникационной кампании потребовалось разработать методологию более эффективного сочетания таких традиционных средств комплекса маркетинговых коммуникаций, как реклама, PR, мероприятия стимулирования сбыта, прямой маркетинг и личная продажа. В процессе решения описанных выше проблем, маркетологи пришли к созданию концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) можно определить как особый вид коммуникационно-маркетинговой деятельности, отличающийся синергетическим эффектом, возникающим в результате оптимального сочетания рекламы, личных продаж, стимулирования сбыта, PR и других коммуникационных средств и приемов и интеграции всех отдельных сообщений. Под синергетическим эффектом понимается эффект совместного действия нескольких различных факторов, в то время как каждый фактор по отдельности к этому явлению не приводит. Другими словами, синергетический эффект предполагает взаимодействие нескольких факторов, когда их совокупное воздействие значительно превосходит сумму эффектов каждого отдельного элемента [4].

Маркетологи не могут дать однозначного определения понятию «интегрированных маркетинговых коммуникаций», несмотря на то, что применение таких интеграций последнее время увеличивается. Существуют, как минимум две задачи политики продвижения, которые помогает решить интеграция маркетинговых сообщений [2]:

- Создание системы коммуникационных посланий должно обеспечить общение компании с аудиторией целенаправленно, именно через ИМК. При этом предполагается, что используются не противоречащие друг другу средства маркетинговых коммуникаций, которые будут координироваться между собой и создавать благоприятный имидж коммуникатора.

- Повысить эффективность маркетинговых коммуникаций в целом, путём сочетания различных вариантов коммуникационных сообщений, можно и целесообразно, опять же, используя ИМК.

Если корпоративная и маркетинговая стратегии компании чётко определены, то только после этого может быть разработана стратегия

маркетинговых коммуникаций, поскольку коммуникации являются инструментом маркетинга и тесно связаны со стратегией маркетинга.

Стратегия продвижения предполагает планирование, осуществление и контроль коммуникационного процесса между компанией и ее потребителями, а также участниками ее других целевых аудиторий. Основная задача стратегии продвижения в рамках всей маркетинговой программы — достижение определенных коммуникационных целей в отношении каждой целевой аудитории. Схематично планирование маркетинговых коммуникаций представлено на рисунке 1.



Рисунок 1. Схема планирования маркетинговых коммуникаций

Прежде чем выбрать ту или иную комбинацию интегрированных маркетинговых коммуникаций, необходимо учесть ожидаемую реакцию потребителей на выбранную форму продвижения. Одни инструменты продвижения вызывают очень быструю реакцию потребителей, она может быть измерена, например личные продажи. Другие инструменты характеризуются запоздалым эффектом, его трудно измерить, изолировать от других, при этом он действует в течении более длительного времени, например PR [3].

Время воздействия на рынок различных маркетинговых коммуникационных инструментов варьируется в широком диапазоне. В процессе принятия решения о покупке, на потребителя можно воздействовать скидками с цены. Такой инструмент окажет немедленный эффект и он конечно отразится на объеме продаж. Это совершенно объяснимо, потому что потребитель находится в ситуации «коридора поиска». Здесь он может сразу выразить желание совершить покупку. Маркетолог должен в этот момент помочь в выборе. Такие инструменты продвижения как реклама и PR, оказывают влияние на потребителя дистанционно, во времени и пространстве. Часто они используются не в моменте принятия решения о покупке и поэтому не оказывают

немедленного влияния на объёмы продаж. Основной целью мероприятий по связям с общественностью является формирование позитивного отношения потребителя к конкретному товару или услуге, т. е. такие мероприятия не стимулируют потребителя к немедленной покупке.

Таким образом, очень важно в самом начале планирования политики продвижения сформировать эффективный набор коммуникаций, который будет соответствовать кривым реакции и позволять оценить как быстро рынок отреагирует на каждое мероприятие в отдельности.

Глубокие изменения, происходящие в плоскости финансовых отношений на протяжении десятилетий — в последние годы происходят особенно быстро. Катализатором этих изменений кроме научно-технического прогресса стал новый виток мирового финансового кризиса, рецессию которого мировая экономика еще окончательно не преодолела. Кризис, поразивший экономику стран мира, на первых порах позиционировавшийся как финансовый, показал свой системный, структурный характер. В России рыночная ситуация так же претерпевает значительные изменения, что неизбежно сказывается на системе маркетинговых коммуникаций. Безусловно, сохраняется тенденция интеграции маркетинговых коммуникаций, начатая уже более 10 лет назад. Однако в рамках этой интегрированной стратегии коммуникационные сообщения становятся все более адресными, ориентированными на возможность быстрого ответа со стороны потребителя. Кроме того, в современных условиях принципиально меняется задача маркетинга, от которой зависит и вся концепция коммуникаций — важно уже не получение доли рынка, а сохранение рентабельности и увеличение капитализации предприятия. Именно выполнению этой задачи должна содействовать новая концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Список литературы:

1. Железин А.В., Передерий Н.В. Изучение основных изменений в отечественной финансовой системе. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — № 3-1, — 2014. — С. 185—188.
2. Кучин Б.Л., Казаков С.П., Землянская Н.Б., Филипченкова С.Б. Стратегический маркетинг М.: АП «Наука и образование», 2009. — 320 с.
3. Кучин Б.Л., Казаков С.П., Землянская Н.Б. Стратегические маркетинговые коммуникации. Учебное пособие. — Наука и образование. 2009. — 264 с.
4. Мкртумян Н.В., Черкасов М.Н. Фактор коррупционного риска на современном этапе развития отечественной экономики. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, — № 3-1, — 2014. — С. 219—222.

ЗАВИСИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОВОДИМОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОТ ИСПОЛЪЗУЕМЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Передерий Наталья Владимировна

канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,
РФ, г. Москва

Черкасов Михаил Николаевич

канд. экон. наук, зав. кафедрой «Маркетинг»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,
РФ, г. Москва
E-mail: mixantyt@mail.ru

DEPENDENCE OF EFFICIENCY OF THE LED INNOVATIVE STRATEGY ON THE USED MARKETING COMMUNICATIONS

Natalia Perederiy

PhD, assistant professor of "Financial Management"
"MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow

Mikhail Cherkasov

PhD, Head. Department "Marketing"
"MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

В настоящей работе с помощью системного подхода, логических методов исследования проанализированы различные аспекты проблемы влияния маркетинговых коммуникаций на эффективность инновационных проектов в промышленности. Сделан вывод о том, что осуществление того или иного вида инновационных проектов зависит

от проводимой на предприятии инновационной стратегии, базирующейся на маркетинговых коммуникациях.

ABSTRACT

In the real work by means of system approach, logical methods of research various aspects of a problem of influence of marketing communications on efficiency of innovative projects in the industry are analysed. The conclusion that implementation of this or that type of innovative projects depends on the innovative strategy led at the enterprise which is based on marketing communications is drawn.

Ключевые слова: инновации; инновационный проект; маркетинговые коммуникации; эффективность; финансовая эффективность.

Keywords: innovation; innovative design; marketing communications; efficiency; cost-effectiveness.

Маркетинговые коммуникации являются составной частью массовых коммуникаций, но при наличии общих свойств имеют и свои характерные особенности, направленные на повышение эффективности взаимоотношений производителей инновационной продукции и потребителей (клиентов).

К этим особенностям, как отмечают некоторые авторы и с чем нельзя не согласиться, относятся [6, с. 23—30]:

- целенаправленный характер маркетинговых коммуникаций, т. е. охват целевой аудитории;
- повторяющийся характер и частота сообщений для достижения максимального эффекта и воздействия на потребителя;
- характер убеждения маркетинговых коммуникаций, базирующегося как на серьезной аргументации, так и на чисто эмоциональном воздействии.

В. Руделиус, развивая идею Ф. Котлера о том, что элементы коммуникационной маркетинговой модели должны рассматриваться «не в порядке движения сообщения (от источника информации к аудитории), а с точки зрения (цепочки) планирования потока сообщений», «двигаясь по ней в обратном направлении — от целевой аудитории к коммуникатору» представляет ее в следующем виде [1, с. 15—20] (рис. 1).

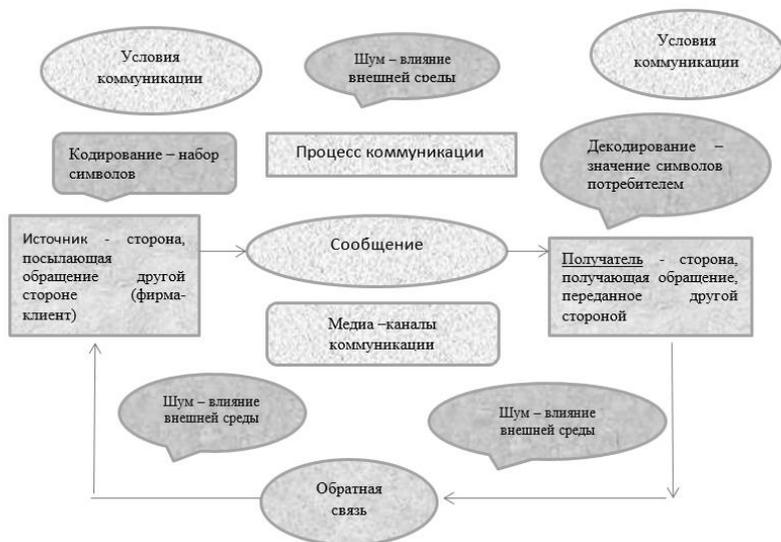


Рисунок 1. Процесс маркетинговых коммуникаций

Маркетинговые коммуникации, как писал К. Берри, зависят от социальной среды и людей, отправляющих информацию при помощи различных способов, чаще используемых одновременно для повышения эффективности донесения этой информации до потенциального потребителя [6]. Как представляется, эффективность донесения, в конечном итоге, преобразуется в эффективность инновационных проектов в промышленности, которые представляют собой систему мероприятий, отражающих инновационную стратегию предприятия, и направленных на создание и реализацию объектов инновационной деятельности — новых или усовершенствованных видов продукции, новой или усовершенствованной технологии и новых или усовершенствованных процессов с целью получения прибыли или иного полезного результата, достижения конкурентных преимуществ и обеспечения устойчивого развития промышленного предприятия. Маркетинговые коммуникации влияют на повышение эффективности инновационных проектов посредством своего инструментария, включающего:

- Личные коммуникации.
- Рекламу (телевидение, радио, периодика, Интернет, наружная реклама и средства прямого маркетинга).
- Стимулирование реализации.

- Связи с общественностью (ярмарки, выставки, пресс-конференции, пресс-релизы и т. п.).
- Инструктирующий материал (инструкции, брошюры, компакт-диски, кассеты и т.п.).

Среди методов определения эффективности инновационных проектов можно назвать метод комплексной оценки, предложенный А.В. Игнатьевым [2], в основе которого лежит нахождение оптимального инновационного продукта, максимально отвечающего требованиям потребителя, что позволяет нивелировать последующие функциональные исправления и улучшения продукта. Другой способ оценки эффективности инновационных проектов был предложен И.В. Лагутой [3] и заключается в нахождении эффективности вложенных в проект инвестиций через показатели чистого и дисконтированного чистого дохода. Существуют предложения определения эффективности инновационного проекта на основе затрат связанных с его реализацией через сетевые графики и аналоги сетевой модели. По мнению автора статьи наиболее оптимальным отражением влияния маркетинговых коммуникаций на эффективность инновационных проектов может служить система показателей, включающая финансовые коэффициенты — финансовой устойчивости и деловой активности и критерии в составе показателей рентабельности (табл. 1). Данное влияние проявляется в увеличении финансирования инновационных проектов, уменьшении затратной части и в конечном итоге росте прибыли и чистой прибыли проекта.

Таблица 1.

**Критерии эффективности инновационного проекта
в промышленности**

Показатель (обозначение)	Формулы для вычисления	Определение элементов формулы
Общая рентабельность активов (R_a)	P_6/A_{cp} ;	P_6 — балансовая прибыль; A_{cp} — средняя величина активов промышленного предприятия за отчетный период (без учета убытков)
Чистая рентабельность оборотных активов ($R_{чa}$)	$P_ч/OA_{cp}$	$P_ч$ — чистая прибыль промышленного предприятия; $OА_{cp}$ — средняя величина оборотных активов
Рентабельность собственного капитала ($R_{ск}$)	$2P_ч/(СК_0+СК_1)$	$СК_0$ и $СК_1$ — собственный капитал промышленного предприятия соответственно в начале и в конце отчетного периода

Рентабельность продукции ($R_{п}$)	$P_{рп}/B_{р}$	$P_{рп}$ — прибыль от продаж; $B_{р}$ — выручка от реализации продукции
Чистая рентабельность продаж ($R_{чп}$)	$P_{ч}/B_{р}$	$P_{ч}$ — чистая прибыль ; $B_{р}$ — выручка от реализации продукции
Рентабельность основной деятельности ($R_{од}$)	$P_{р}/C$	C — затраты на производство и реализацию продукции
Рентабельность совокупного капитала ($R_{ко}$)	$P_{ч}/B_{ср}$	$B_{ср}$ — средняя величина итога баланса промышленного предприятия [$B_{ср} = (B_0 + B_1)/2$]

Повышение эффективности того или иного вида инновационных проектов зависит также от проводимой на предприятии инновационной стратегии, разрабатываемой на базе маркетинговых коммуникаций, и направленной на создание [5]:

- нового товарного рыночного сегмента;
- инновационных продукта или технологии, радикально отличающихся от имеющихся на товарном рынке;
- инновационного продукта с более высокой функциональностью и большей полезностью и ценностью для потребителей;
- инновационного продукта привлекательного для целевого круга потребителей;
- новых процессов или усовершенствование существующих и т. д.

Следовательно, достижение инновационной стратегии промышленного предприятия возможно при помощи реализации инновационных проектов, связанных с трансформацией результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в технологически новые или усовершенствованные продукты (услуги), реализуемые на рынке; в новые или усовершенствованные технологические процессы (способы производства (передачи) услуг), используемые в практической деятельности.

В конечном итоге, резюмируя, следует заметить, что повышение эффективности инновационных проектов в составе инновационной стратегии промышленных предприятий, направленной на достижение конкурентных преимуществ, возможно только на базе комплексного использования оптимальных и эффективных инструментов маркетинговых коммуникаций.

Список литературы:

1. Долбунов А. Модель маркетинговых коммуникаций. // Маркетинг, — 1999, — № 3. — С. 15—20.
2. Игнатьев А.В. Методы формирования и механизмы реализации инновационной стратегии управления туристическим бизнесом. Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук. 08 00 05. М., 2010.
3. Лагута А.В. Экономическое и организационное управление инновационными процессами на предприятиях промышленности. Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук. 08 00 05. М., 2010.
4. Моисеева Н., Рюмин М. Коммуникационная концепция маркетинга и ее методическое обеспечение. // Маркетинг, — 2001, — № 6(61). — С. 23—30.
5. Перекалина Н.С., Казаков С.П., Казакова Н.В. Маркетинговый этап развития товароведения // Маркетинг услуг. — 2005. — № 1. — С. 62—66.
6. Berry C., Pulford A., Smith P.R. Strategic marketing communications. Kogan Page, 2001.

СЕКЦИЯ 4.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

ДИНАМИКА БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ

Зак Татьяна Владимировна

*канд. экон. наук, профессор кафедры экономической теории
Астраханского Государственного университета,
РФ, г. Астрахань*

Бигеев Ратмир Ринатович

*студент 2 курса Астраханского Государственного университета,
РФ, г. Астрахань
E-mail: r.bigeev@mail.ru*

DYNAMICS OF UNEMPLOYMENT IN RUSSIA

Zak Tatyana

*candidate of economic sciences, professor of Department
of Economic theory Astrakhan State University,
Russia, Astrakhan*

Bigeev Ratmir

*2th year student of Astrakhan State University,
Russia, Astrakhan*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается ситуация изменения безработицы в России в связи с введением санкций на примере 2014 и 2013 годов. Проанализировав показатели двух периодов, была замечена тенденция к росту уровня безработицы и росту задолженностей предприятий по заработной плате. Однако со временем ситуация стабилизировалась, что привело к увеличению уровня занятости в стране.

ABSTRACT

The article discusses the situation changes in unemployment in Russia in connection with the imposition of sanctions by the example of 2014 and 2013. After analyzing the performance of two periods, it was seen an upward trend in the unemployment rate and an increase in wage arrears of enterprises. However, over time the situation has stabilized, which led to an increase in the level of employment in the country.

Ключевые слова: безработица; задолженность предприятий; уровень занятости.

Keywords: unemployment; debt of enterprises; employment rate.

Безработица — одна из важнейших проблем современной экономики России. Она является макроэкономическим явлением экономической жизни. Официальное признание безработицы в России произошло лишь в начале 1990-х годов. В это время уровень безработицы был превышен относительно социально-допустимых норм.

В настоящее время безработица является неотъемлемой частью нашей жизни, которая оказывает непосредственное влияние, как на социально-экономическую, так и на политическую ситуацию в стране. Она остается в центре внимания и населения, и научной общественности, а также является одной из актуальных проблем разного уровня власти на сегодняшнее время в России.

Безработица, в большей степени, вызвана состоянием экономики, вследствие чего уровень безработицы используется в качестве показателя, отражающего социально-экономическое положение страны.

Российский рынок труда имеет характерную особенность в виде высокого уровня скрытой безработицы, а именно, когда вследствие социальной или иной причины недопустимо увольнение сотрудников предприятий и организаций, и осуществляется их перевод на режим неполной рабочей недели либо неполного рабочего дня, или же отправляют в отпуска по решению руководства организации [5, с. 25].

На сегодняшний день в условиях санкций ЕС к России, нестабильности курсов валют проблема безработицы в России приобретает немаловажное значение.

Экономический кризис во все времена нарушает баланс общественных отношений, что вносит свои коррективы в рынок труда. Главным образом экономический спад приводит к приостановке работ, сокращению заработной платы, массовым увольнениям, «принудительно-добровольным» предоставлению отпусков без сохранения

заработной платы, переводам на другую работу, смене режимов работы без согласия работников.

Главная тенденция, которая наблюдается в такие периоды, — панические настроения, как самих работников, так и работодателей, что выражается в росте нарушений. Тем не менее, при грамотно проводимой политике руководства всегда можно найти разумный и, самое главное, законный выход из сложившейся ситуации.

Рассмотрим динамику безработицы в России на современном этапе, сравнив уровни безработицы в 2014 году с 2013 годом. Если провести сравнение уровня безработицы, которая сложилась в России в 2014 году с уровнем безработицы, который зафиксирован по итогам 2013 года, можно сделать вывод о ряде произошедших серьезных изменений. Например, по итогам 2013 года в отчетных данных Официального сайта Федеральной службы государственной статистики РФ зафиксировано, что поисками работы заняты всего 5,6 %, так называемого, экономически активного населения страны (или же в абсолютном выражении 4,2 млн. человек, что означало бы наиболее низкий уровень безработицы за последние десять лет). В тоже время, в первом квартале 2014 года имела место ситуация с изменением в неблагоприятную сторону [1]. А именно, с первого месяца 2014 года численность безработных стала увеличиваться.

Основной причиной сложившейся ситуации является начавшееся еще во второй половине 2013 года снижение темпов роста экономики России. Как показывает мировая практика, если происходит снижение темпов экономического развития, то наблюдается рост доли людей, незанятых в экономическом производстве. При этом, прогноз увеличения безработицы, скорее всего, оправдается, так как без принятия мер, экономика России продолжит сокращать свои темпы и, вполне возможно, прогнозируется снижение ВВП по отношению к прошлогодним показателям [3, с. 17].

Безработица в России в 2014 году упала с 6,0 % в начале года до 5,6 % к концу года. В январе 2014 года процент безработицы (6,0 %) был выше аналогичного показателя в декабре 2013 года (5,1 %). Соответственная динамика была в сравнении января 2013 года и декабря 2012 года. В мае 2014 года произошло сокращение уровня безработных до 5,2 %, однако к осени она вновь увеличилась. В таблице приведены данные, которые отражают уровень безработицы в России за 2014 год.

Таблица 1.

Динамика безработицы и ее уровня в России в 2014 году*

Месяц	Динамика	Безработица, млн. человек	Уровень безработицы %	За квартал (в средн.%)	Уровень занятости %	За квартал (в средн.%)
Январь	↑	4,5	6,0	5,8	64,3	64,7
Февраль	↓	4,3	5,8		64,8	
Март	↓	4,3	5,7		64,9	
Апрель	↓	4,2	5,6	5,4	64,8	65,3
Май	↓	3,9	5,2		65,4	
Июнь	↑	4,1	5,4		65,7	
Июль	↓	4,0	5,3	5,2	65,9	65,9
Август	↓	4,0	5,2		66,1	
Сентябрь	↑	4,0	5,3		65,7	
Октябрь	↑	4,1	5,5	5,5	65,7	65,4
Ноябрь	↓	4,1	5,4		65,4	
Декабрь	↑	4,2	5,6		65,2	

* Таблица составлена по данным Официального сайта Федеральной службы государственной статистики РФ

Согласно данным, представленным в таблице, можно сделать вывод о том, что уровень безработицы в 2014 году во II, III и IV кварталах по сравнению с I кварталом снизилась. При этом, снижение уровня безработицы во II квартале составило 6,9 % ($100 - (5,4 \times 100 / 5,8)$), в III квартале 10,3 % ($100 - (5,2 \times 100 / 5,8)$) и в IV квартале 5,2 % ($100 - (5,5 \times 100 / 5,8)$). Одновременно со снижением уровня безработицы возрастает уровень занятости. Так, в I квартале 2014 г. уровень занятости составлял 64,7 %, во II квартале рост составил 0,9 % ($((65,3 \times 100 / 64,7) - 100)$), в III квартале увеличение произошло на 1,9% ($((65,9 \times 100 / 64,7) - 100)$), а в IV квартале на 1,1 % ($((65,4 \times 100 / 64,7) - 100)$).

Вместе с уменьшением уровня безработицы с начала 2014 года практически в 2 раза возросла общая задолженность предприятий по заработной плате перед работниками. Количество работников, которые не получили вовремя заработную плату, на начало 2014 года

равнялось приблизительно 53 тыс. человек, на ноябрь 2014 года данное количество увеличилось до 95 тыс. человек. Равным образом увеличилась и сама сумма задолженности — с 1,5 млрд. рублей на начало 2014 года до почти 3 млрд. рублей на ноябрь 2014 года. В октябре была практически полностью ликвидирована задолженность бюджетов всех уровней по выплате заработной платы работникам бюджетной сферы [4, с. 26]. Систематически накопившаяся с начала 2014 года бюджетная задолженность составляла на октябрь 2014 года примерно 77 млн. руб., а к ноябрю того же года она уменьшилась до 3,5 млн. руб. Наблюдается тенденция к увеличению задолженности организации по заработной плате, что свидетельствует об ухудшении экономической ситуации на предприятиях.

Экономическая практика показывает, что в современных реалиях очень трудно и практически невозможно обеспечить полную занятость и одновременное повышение экономической эффективности общественного производства. Это объясняется тем, что главный фактор экономического роста и объективности производства — научно-техническая революция, выступающая одновременно и доминирующим фактором возникновения безработицы [2].

Таким образом, введение санкций породило рост задолженностей на предприятиях, что вызвало рост безработицы на начало 2014 года. Со временем экономическая ситуация на предприятиях улучшилась, и часть задолженностей была погашена. Все это в совокупности привело к положительной динамике безработицы на конец 2014 года и как следствие росту уровня занятости.

Список литературы:

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ // [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru>.
2. Полтавская И.А., Мартиросова Н.А. Рынок труда. Проблема безработицы в России // Материалы VI Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум», 2014.
3. Прокопов М.И. Макроэкономическая динамика, занятость и безработица в переходной экономике. // Человек и труд. — 2015. — № 2. — С. 17—19.
4. Рынок труда и занятость населения. // Вопросы статистики. — 2015. — № 2. — С. 25—28.
5. Степанов М.А. // Проблемы и перспективы экономики и управления. 2012. — С. 24—27.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ, БЕДНОСТЬ И НЕРАВЕНСТВО В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ ДО И ПОСЛЕ КРИЗИСА

Джрбашиян Наируи Мхитаровна

*канд. экон. наук, доцент
Ереванского Государственного Университета,
Республика Армения, г. Ереван
E-mail: nairijr@gmail.com*

ECONOMIC GROWTH, POVERTY AND INEQUALITY IN THE REPUBLIC OF ARMENIA IN PRE- AND POST- CRISIS PERIODS

Nairuhi Jrbashyan

*candidate of economic sciences, associate professor
of Yerevan State University,
Republic of Armenia, Yerevan*

АННОТАЦИЯ

В статье представлен анализ экономического роста и динамики основных показателей социально-экономического развития Армении в докризисный и пост-кризисный периоды. Для выявления взаимосвязи уровня бедности, экономического роста и неравенства, оценена эконометрическая модель линейной регрессии по панельным данным с помощью статистического пакета STATA.

ABSTRACT

This article presents the analysis of economic growth and the trends in main indicators of socio-economic development in Armenia in the pre-crisis period and thereafter. To identify growth and inequality elasticity of poverty, the econometric model of linear regression was estimated based on panel data, using the statistical software STATA.

Ключевые слова: ВВП; кризис; бедность; неравенство; эластичность.

Keywords: GDP; crisis; poverty; inequality, elasticity.

После первого десятилетия сложного переходного периода, в 2001—2007 гг. экономика Армянской Республики стала непрерывно развиваться. Средний годовой темп прироста ВВП в период 2001—2007 гг. был двузначным и составлял 12,8 %.

По данным МВФ, среди стран бывшего Советского Союза (БСС) и бывших стран социалистического лагеря Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ) с переходной экономикой (27 стран) более высокие показатели среднего темпа прироста ВВП в тот же период (2001—2007 гг.) имели только Азербайджан и Туркменистан (17,3 % и 14,7 %, соответственно), главным образом — за счёт экспорта энергетического сырья [1]. В среднем по странам БСС и ЦВЕ среднегодовой темп прироста ВВП в 2001—2007 гг. был почти в два раза ниже по сравнению с Арменией и составил 6,7 %. Таким образом, в докризисном периоде в Армении наблюдался сравнительно устойчивый и высокий уровень экономического роста по сравнению со странами БСС и ЦВЕ с переходной экономикой.

Воздействие мирового финансово-экономического кризиса в Армении начало проявляться в четвёртом квартале 2008 года и повлияло в основном на экономический сектор.

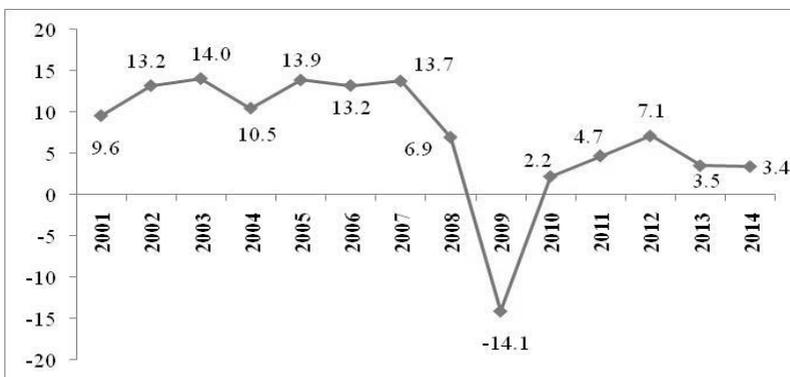


Рисунок 1. Динамика темпа прироста реального ВВП в Республике Армения в 2001—2014 гг., % [5; 6; 7]

Под воздействием кризиса экономический рост в 2008 г. замедлился, темп прироста ВВП составил 6,9 %, а в 2009 г. было зарегистрировано снижение объёма реального ВВП на 14,1 % по сравнению с предыдущим годом. И хотя после 2011 г. экономика стабилизировалась, среднегодовой темп экономического роста

в 2010—2014 гг. составил 4,1 %, то есть примерно в три раза ниже чем в докризисный период (см. рис. 1).

Несмотря на двузначный рост экономики в докризисный период, Армения является одной из пяти стран БСС и ЦВЕ с переходной экономикой, в которых спад экономики вследствие кризиса был наибольшим. В 2009 г. самый резкий экономический спад по сравнению с предыдущим годом наблюдался в Латвии, Литве, Украине, Армении и Эстонии [1]. В этих странах темп прироста ВВП в 2009 г. составил соответственно -18,0, -14,7, -14,5, -14,2 и -13,7 процента. В остальных странах этой группы воздействие кризиса на экономику было разным, однако их групповой средний темп прироста ВВП в 2009 г. составил -1,4 %.

Таблица 1.

**Темпы прироста ВВП в странах бывшего Советского Союза
и Центральной и Восточной Европы с переходной экономикой
в 2009 г. [2]**

#	Страны БСС и ЦВЕ	Темп прироста ВВП, %	#	Страны БСС и ЦВЕ	Темп прироста ВВП, %
1	Латвия	-18.0	15	Грузия	-3.8
2	Литва	-14.7	16	Сербия	-3.5
3	Украина	-14.5	17	Босния	-2.9
4	Армения	-14.2	18	Македония	-0.9
5	Эстония	-13.9	19	Беларусь	0.2
6	Словения	-8.1	20	Казахстан	1.2
7	Россия	-7.8	21	Польша	1.6
8	Румыния	-7.1	22	Киргизия	2.9
9	Венгрия	-6.7	23	Албания	3.3
10	Молдова	-6.0	24	Таджикистан	3.9
11	Хорватия	-6.0	25	Туркменистан	6.1
12	Болгария	-5.5	26	Узбекистан	8.1
13	Словакия	-4.8	27	Азербайджан	9.3
14	Чехия	-4.1			

Таким образом, экономика Армении оказалась одним из самых чувствительных по отношению к внешним воздействиям и шокам, что было обусловлено следующими основными факторами, не обеспечивающими устойчивое развитие: самой структурой экономики и её роста, зависимостью экономики от внешнего финансирования, а также преобладанием неформальных институтов — «правил игры».

Докризисный быстрый рост ВВП в Армении обеспечивался главным образом за счёт роста в секторе строительства. Доля этого сектора в структуре произведённого ВВП росла, что происходило за счёт снижения долей промышленности и сельского хозяйства. Так, если в 2001 г. в структуре ВВП доля строительства составляла 9,7 %, то в 2008 г. — 25,4 %, а объём добавленной стоимости в этом секторе за указанный период увеличился в 8 раз. В то же время, доля промышленности в ВВП за указанный период уменьшилась в 1,5 раза и в 2008 г. составила 13,3 %. Объём добавленной стоимости в этом секторе за тот же период увеличился лишь вдвое. Такие же изменения произошли и в секторе сельского хозяйства (см. табл. 2).

Таблица 2.

Динамика структуры ВВП в Армении в 2001—2014 гг., % [5; 6; 7]

	2001	2004	2008	2009	2010	2012	2013	2014
ВВП	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Промышленность	20,1	19,2	13,3	13,1	15,1	16,6	16,8	16,9
Сельское хозяйство	25,6	22,6	16,3	16,9	17,0	19,1	19,6	19,7
Строительство	9,7	15,6	25,3	18,6	17,3	12,4	11,1	9,8
Торговля	10,3	11,4	12,0	13,2	13,7	13,6	13,7	13,5
Услуги	25,9	23,9	23,7	29,1	27,6	29,5	29,8	31,0
Чистые налоги	9,7	8,4	11,4	10,6	11,1	11,5	11,8	12,1
Финансовое посредничество	-1,3	-1,1	-2,0	-1,6	-2,0	-2,7	-2,9	-2,8

Итак, быстрый экономический рост в докризисный период главным образом зависел от роста в одном секторе: в строительстве. А рост строительства обеспечивался в основном за счёт иностранных инвестиций и частных трансфертов, которые являлись фактическими генераторами внутреннего спроса [4, с. 196]. Согласно данным Всемирного банка, в 2001—2008 гг. объём только частных иностранных трансфертов в Армению составил 6,4 млрд. долларов США, а объём прямых иностранных инвестиций — 2,9 млрд. Долларов [3]. Это составляет 21 % по отношению к совокупному ВВП, созданному в стране за весь этот период.

Вследствие кризиса, в 2009—2011 гг. объём иностранных инвестиций и частных трансфертов резко сократился, что привело к спаду строительного сектора и зависящей от него экономики. В 2014 г. в структуре ВВП доля строительства составляла уже 9,8 %, а объём добавленной стоимости в этом секторе по сравнению с 2008 г. сократился вдвое. После кризиса поменялась вся структура ВВП. Доли промышленности и сельского хозяйства стали медленно расти. Однако, в 2014 г. примерно одна треть ВВП производилась в сфере услуг.

В то же время, средний уровень занятости в 2004—2014 гг. составлял 47 % от трудовых ресурсов, средний уровень безработицы — 22 %. Средняя месячная номинальная заработная плата в данный период возросла примерно в четыре раза и в 2014 г. составила 375 долл. США. В докризисный период трудовые доходы составляли в среднем 70 %, тогда как частные иностранные трансферты — 13, а социальные трансферты — 10 % от среднедушевых общих доходов населения. Уровень бедности (рассчитанный на основе национальной линии бедности получаемой в результате исследований домохозяйств) в докризисном 2008 году составлял 27,6 % [1, с. 35]. Таким образом, среди более чем четверти населения среднедушевые доходы были меньше, чем номинальная линия бедности в стране.

Надо отметить, что в период 2004—2008 гг., в условиях быстрого экономического роста уровень бедности сократился на 48,4 %. Однако, спад экономики во время кризиса привёл к росту бедного населения в стране. В 2009 г. впервые за 8 лет уровень бедности повысился, превысил уровень 2008 г. на 23,6 % и составил 34,1 %. Несмотря на стабилизацию экономики после 2011 г., уровень бедности сокращается медленно, в 2013 г. показатель составил 32 %, то есть более чем одна треть населения жила за национальной чертой бедности, которая составляла примерно 96 доллара США. Рост бедности был обусловлен резким снижением трудовых доходов населения и объёма трансфертов, а также ростом цен. Средний годовой темп роста потребительских цен в 2008—2014 гг. составил 6,1 %.

В период 2008—2013 гг. в структуре среднедушевых потребительских расходов преобладали расходы на продукты питания, однако их доля несколько снизилась (от 52 % в 2008 г. до 48 % — в 2013 г.). Вместо этого, возросла доля расходов на услуги (от 27 % в 2008 г. до 30 % — в 2013 г.). В том числе, в 2013 г. 12,2 % среднедушевых потребительских расходов доставалась жилищно-коммунальным услугам, доля которых в 2008—2013 гг. выросла на 34 %.



Рисунок 2. Динамика уровня бедности в Республике Армения в 2004—2013 гг., % [1]

В то же время, показатели неравенства в стране были высокими на протяжении 2004—2013 гг. За весь этот период коэффициент Джини составлял в среднем 36,6 %, а денежные доходы 10 % богатейшего населения превышали доходы 10 % беднейшего населения в среднем 15,6 раза. Это свидетельствует также о слабых механизмах перераспределения.

Таблица 3.

Динамика показателей неравенства в Армении в 2004—2013 гг., % [1, с. 38]

	2004	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Соотношение денежных доходов 20 % богатейшего населения и 20 % беднейшего населения (раз)	10.6	7.8	8.0	8.0	8.0	8.5	8.2
Соотношение денежных доходов 10 % богатейшего населения и 10 % беднейшего населения (раз)	20.8	14.1	14.5	14.2	14.8	15.9	15.0
Коэффициент Джини, %	39,5	33,9	35,5	36,2	37,1	37,2	37,2

Несмотря на высокий уровень неравенства в стране, динамические ряды темпов приростов уровня бедности и ВВП сильно коррелированы (см. рис. 3). Однако, рассчитанный нами средний коэффициент эластичности уровня бедности по экономическому росту

за 2004—2007 гг. равен -0,65, в пик кризиса и спада (2008—2009) он вырастает до -3,01, в 2010 г. принимает положительное значение (уровень бедности растёт при экономическом росте), а после этого опять снижается до -0,62. Это означает, что уровень бедности был эластичен по экономическому росту только в период кризиса.

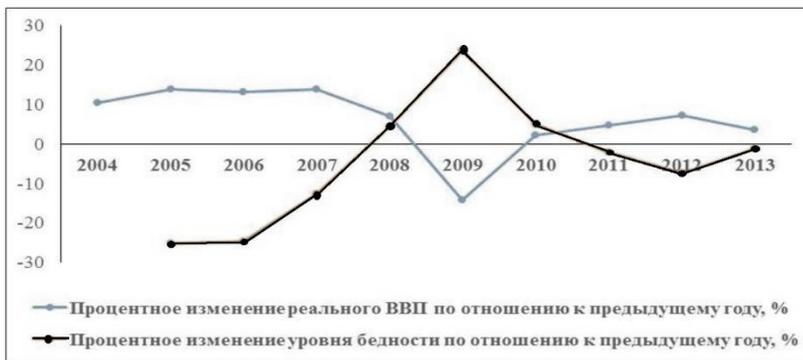


Рисунок 3. Динамика годовых темпов приростов уровня бедности и реального ВВП в Республике Армения в 2004—2013 гг., % [5; 6; 7; 1]

Принимая во внимание то, что страны БСС и ЦВЕ, имея близкие исходные условия касательно бедности и неравенства, примерно в одно и то же время начали переход к рыночной экономике, важно исследовать как влияют экономическое развитие и её перераспределение на уровень жизни в этой группе стран.

Для выявления взаимосвязи уровня бедности, экономического роста и неравенства, на основе годовых панельных данных Всемирного банка для стран БСС и ЦВЕ за 2000—2013 гг., автором оценена эконометрическая модель линейной регрессии со случайными эффектами:

$$\begin{aligned} \ln P_{it} &= 12.9 - 1.2 \ln GDP_{PC_{it}} + 2.1 Gini & (1) \\ P > |z| & (0.000) \quad (0.018) \quad (0.001) \\ R^2 &= 0.673, \quad Prob > \chi^2 = 0 \end{aligned}$$

где: $i=1 \dots 27$ — индекс страны,

$t=1 \dots 14$ — индекс времени,

LNP_{it} — натуральный логарифм уровня бедности рассчитанной на основе национальной линии бедности,

$LNGDP_PC_{it}$ — натуральный логарифм среднедушевого ВВП в константных ППС долларах, Gini- коэффициент неравенства Джини по доходам (в процентах).

Из оценённой модели следует, что в целом в группе названных стран уровень бедности был эластичен по экономическому росту в период 2000—2013 гг. (при фиксированном коэффициенте неравенства), и средний коэффициент эластичности был равен -1,2. Это означает, что при росте среднедушевого ВВП на один процент, уровень бедности сокращался в среднем на 1,2 процентных пункта (при прочих равных условиях). Однако, неравенство влияет на уровень бедности в большей степени. При росте коэффициента Джини на один процент, уровень бедности повышался в среднем на 2,1 процентных пункта (при прочих равных условиях).

Список литературы:

1. Бедность и социальная панорама Армении, 2014 // Национальная статистическая служба Республики Армения. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://armstat.am/ru/?nid=82&id=1618> (дата обращения: 19.06.2015).
2. Официальная страница МВФ, база данных «Перспективы развития мировой экономики» — 2015. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/01/weodata/download.aspx> (дата обращения: 16.06.2015).
3. Официальная страница Всемирного Банка, база данных «Показатели мирового развития» (ПМП). [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://data.worldbank.org/russian> (дата обращения: 19.06.2015).
4. Саргсян А., Маркосян А. Реформация и перспективы роста экономики Армении. Ер.: Зангак, 2014. — 552 с.
5. Статистический ежегодник Армении 2005 // Национальная статистическая служба Республики Армения. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://armstat.am/file/doc/531.pdf> (дата обращения: 18.06.2015).
6. Статистический ежегодник Армении 2010 // Национальная статистическая служба Республики Армения. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://armstat.am/file/doc/99461748.pdf> (дата обращения: 18.06.2015).
7. Статистический ежегодник Армении 2014 // Национальная статистическая служба Республики Армения. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://armstat.am/file/doc/99489223.pdf> (дата обращения: 18.06.2015).

НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА В ПЕРИОД НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Лобанов Сергей Николаевич

*д-р экон. наук, профессор кафедры «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ - Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,
РФ, г. Москва
E-mail: mixantyt@mail.ru*

NATIONAL ECONOMY IN THE PERIOD OF INSTABILITY

Sergey Lobanov

*Dr. Econ. Sci., professor of "Financial Management"
"MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky"
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье говорится о том, что современные условия хозяйствования, как на межнациональном, так и на национальном уровне можно охарактеризовать высоким уровнем рисков и неопределенностей, особой неустойчивостью, падением темпов экономического роста. Вышеуказанные обстоятельства требуют усиленных мер государственного воздействия, направленных на переход национальной экономики к инновационной, стимулирование политики импортозамещения, повышение конкурентоспособности российских производителей.

ABSTRACT

The article said that the current economic conditions on interethnic and at the national level can be characterized the high level of risks and uncertainties, special instability, decline in economic growth. The above circumstances require reinforced measures of state influence, aimed at transition of the national economy to the innovation, promotion of import substitution policies, improving the competitiveness of Russian producers.

Ключевые слова: Россия; национальная экономика; системный кризис; экспорт; импорт; валовой внутренний продукт; ВВП; цены на нефть; инфляция.

Keywords: Russia; the national economy; a systemic crisis; exports; imports; GDP; oil prices; inflation.

Кризис любой экономической системы состоит в разрушении взаимосвязей между ее элементами, которые обеспечивают в определенный промежуток времени продуктивное, нормальное функционирование системы, что способствует ухудшению условий функционирования и характеризуется негативной тенденцией социально-экономических показателей развития системы. Причиной кризиса чаще всего являются дисбалансы, возникающие как под воздействием внутренних факторов, так и вследствие внешних причин. Данное определение предполагает необходимость постоянного изучения обстоятельств возникновения и требует разработки путей и направлений выхода из кризисных ситуаций [2].

Исследование кризиса в качестве конкретного негативного явления подразумевает уточнение его характеристик, предпосылок возникновения в зависимости от уровня развития системы, которая подвержена данному явлению. Кризисы систем любого уровня, естественно похожи, но так как условия хозяйствования на разных этапах развития характеризуются различными структурными особенностями, то и кризисы, как правило, приобретает для каждого отрезка времени и каждого этапа развития соответствующие им и присущие только данной системе характерные черты [5].

Финансовая и производственная результативность деятельности любой экономической системы во многом обусловлена состоянием экономики страны, подверженной влиянию со стороны как внешних, так и внутренних факторов. Усиление глобализации мировой экономики привело к тому, что практически ни одно государство не существует обособленно, без формирования тесных международных хозяйственных взаимосвязей. При этом степень данной зависимости различна и обусловлена множеством факторов.

В результате чего социально-экономическое развитие Российской Федерации за прошедшее десятилетие было крайне неравномерным. Многие экономисты утверждают наличие системных проблем, которые способствуют возникновению очередного кризиса в России [3]. Наблюдающееся увеличение объемов валового внутреннего продукта (ВВП) за 2003—2013 гг., было достигнуто, прежде всего, в результате благоприятной рыночной конъюнктуры на глобальных топливно-энергетических рынках, к тому же оно резко замедлилось в 2012 г. (рис. 1), а на данный момент в результате неблагоприятной геополитической обстановки, санкций со стороны США и других

развитых государств, специалисты прогнозируют снижение темпов роста ВВП.

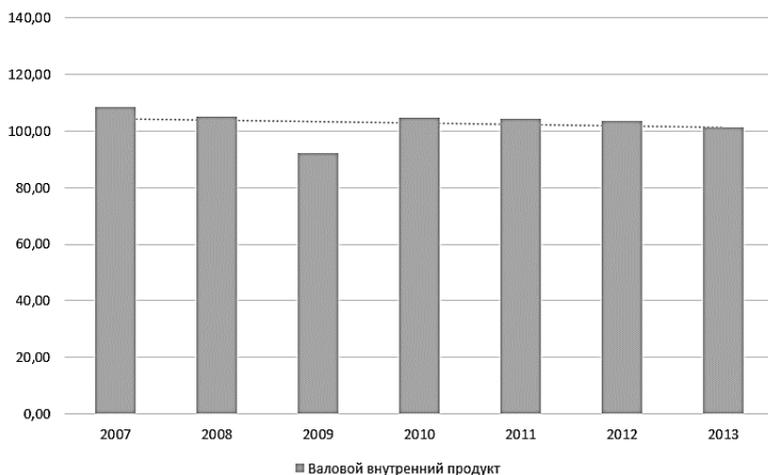


Рисунок 1. Динамика темпов роста/снижения ВВП России, % [4]

Для нашей страны эпоху нового финансового кризиса можно охарактеризовать следующими положениями:

1. Просматриваются негативные тенденции, связанные со снижением цены на нефть на мировых рынках. Данная ситуация привела к тому, что бюджет Российской Федерации на 2015 год был принят с дефицитом, при этом министр финансов А. Силуанов заявил о том, что потери российского бюджета в 2015 г. составят около 1 трлн. рублей, а цена на нефть в 80—90 долларов за баррель может сохраниться в средне- и даже долгосрочной перспективе [1].

2. Еще одним ключевым аспектом кризиса является падение курса рубля. Сейчас Центробанк России отпустил национальную валюту в «свободное плавание» и только в случае серьезных финансовых угроз будет проводить мероприятия по его поддержке. По мнению аналитиков, российская экономика стоит на пороге критической фазы, перейти к которой можно в любой момент. Многие эксперты сравнивают проходящие в данный момент процессы с рублевым кризисом 1998 и 2008 гг. С начала 2014 года по отношению к доллару рубль потерял почти треть собственной стоимости, чего не случилось пока ни с какой другой национальной валютой.

Это свидетельствует о том, что очень сильна зависимость валюты России от внешнеполитического курса, при этом переход к плавающему валютному курсу только усугубляет ситуацию и увеличивает зависимость. Главной причиной данной ситуации является текущий дефицит доллара в России, что обусловлено попаданием многих российских компаний под санкции. Большие долларовые задолженности у этих компаний приведут к тому, что Центробанку России придется задействовать валютные резервы.

В результате отечественные валютные резервы уменьшаются очень быстро, ускоряется инфляция. Возникла перспектива того, что граждане России, потеряв доверие к банкам, будут забирать свои вклады, а это приведет к появлению спекулянтов на российском финансовом рынке.

3. Немаловажным следует назвать и уменьшение котировок на российском фондовом рынке. Это обусловлено тем, что около 70 % фондового рынка России принадлежит инвесторам из иностранных государств. Подобная десоверенизация привела к тому, что произошло обрушение акций крупнейших российских компаний «Газпрома» — (-11,5 %), ВТБ — (-11,5 %), «Газпром нефти» (-8,9 %), НОВАТЭКа (-7,1 %), «ЛУКОЙла» (-5,8 %), «Полнос Золота» (-5,5 %), «Норникеля» (-5 %), «Роснефти» (-7 %), Сбербанк России (-9 %), «Ростелекома» (-9,5 %), «Татнефти» (-3,8 %), «Сургутнефтегаза» (-4,7 %). Обрушение российского фондового рынка можно назвать прямым следствием ожиданий инвесторов в ответ на санкции [6].

4. Также, следует отметить то, что приток иностранных инвестиций зависит от внешнеполитического курса. США объявили о прекращении переговоров с Российской Федерацией по вопросам инвестиций и торговли до момента разрешения украинского конфликта. Что касается стран Европы, то подобные меры в ближайшей перспективе они не будут предпринимать, поскольку основной поток из Еврозоны в Россию и наоборот проходит через европейские офшоры.

5. Санкции западных стран на банковскую систему России и иностранные счета. Это направление экономического воздействие можно назвать важнейшим с точки зрения наибольшего давления на Российскую Федерацию. Уже введены санкции со стороны и США, и стран Европы против крупнейших банков России, заморожены иностранные счета отечественных государственных компаний и частных инвесторов, российских чиновников.

Таким образом, подводя итог проведенному исследованию, можно отметить, что для предотвращения негативных последствий

нового финансового кризиса необходимо предотвратить вывод денежных средств из национальной экономики. Именно эффективная инвестиционная политика является залогом улучшения экономики страны и инвестиционной привлекательности ее регионов и, как следствие, инструментом стимулирования инвестиционной активности, повышения имиджа России как инвестиционно-привлекательного государства с высоким уровнем доходности и защищенности инвестиций [7]. При этом стабильная банковская система позволит обезопасить от внешнеполитических рисков частных лиц и компании, а также окажет значительную помощь национальной экономике.

Для достижения высоких экономических результатов в условиях нового финансового кризиса органы государственной власти должны формировать новые принципы государственной политики и целенаправленно воздействовать на систему финансовых отношений. Также, принимая во внимание значимость повышения конкурентоспособности национальной экономики, необходима всесторонняя государственная поддержка отечественной промышленности в процессе перехода на инновационную модель развития [7].

Список литературы:

1. Дефицит бюджета с 2015 по 2017 год будет находиться на уровне 0,6 % ВВП, [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.bfm.ru/news/279890>.
2. Миркин Я.М. Посткризисная стратегия развития финансового сектора России — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.econorus.org>.
3. Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике/ Под ред. С.Ю. Глазьева и В.В. Харитоновна М.: «Тривант», 2009 — 304 с.
4. Официальный сайт Государственной службы статистики. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru/>.
5. Пахомов А.А. Поддержка инновационной деятельности: внешнеэкономический аспект. Г.В. Баландина и другие авторы. М.: ИД «Дело» РАНХиГС, 2012. — 218 с.
6. Тремасов К. Адаптационные возможности российской экономики существенно выросли. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depmacro/2014121104?presentationtemplate=m_activityFormMatherial&presentationtemplateid=aabc27004b74dbd4bfa4bf77bb90350d.
7. Черкасов М.Н., Штрикунова М.М. Инвестиционная политика современной России — Вопросы экономических наук. — № 2 (66). — 2014. — с. 71—74.

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОСУДАРСТВОМ БАНКОВСКИХ МЕХАНИЗМОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Мифтахов Айдар Ильдарович

*аспирант кафедры экономической методологии и истории
Казанского Федерального Университета,
РФ, г.Казань
E-mail: aidarmiftakhov@yandex.ru*

THE SPECIFICS OF USING BANK FINANCING MECHANISMS BY GOVERNMENT

Aidar Miftakhov

*graduate student of economic methodology and history
of the Kazan Federal University,
Russia, Kazan*

АННОТАЦИЯ

Автор статьи охарактеризовал особенности процесса финансирования проектов государственными банковскими институтами. В результате даны рекомендации по использованию инструмента электронных торговых площадок при осуществлении закупок по проекту. Автор приходит к выводу, что необходимо снизить уровень зарегулированности процесса закупок по Федеральному закону № 44 с учетом макроэкономической нестабильности.

ABSTRACT

The author described the features of the process of funding projects of public banking institutions. As a result, recommendations for the use of tools of electronic marketplaces for the procurement project. The author concludes that it is necessary to reduce the level of over-regulation of the procurement process of the Federal Law № 44 with the macroeconomic instability.

Ключевые слова: банковская система; банки; государственное регулирование; государственные закупки.

Keywords: banking system; banks; government regulation; state procurements.

Государственное регулирование банковской системы в РФ имеет разные формы и реализуется через ряд механизмов, среди которых — участие государства в управлении отдельно взятыми банками (государственные банки) и банковскими институтами развития (ГК «Внешэкономбанк»). Данный механизм призван обеспечить стратегические отрасли и проекты капиталом, прежде всего в ситуациях, когда в силу долгосрочной окупаемости, высокой капиталоемкости и других причин они не могут быть профинансированы коммерческими банками. Из таблицы 1 видно, насколько сильно различается политика кредитования института развития, крупнейших частных и государственных банков в области предоставления «длинных денег».

Таблица 1.

Доля кредитов сроком более 3 лет в структуре корпоративного кредитного портфеля некоторых крупнейших кредитных организаций РФ [1] [3]

Кредитная организация	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015
ОАО "Сбербанк России" — крупнейшая кредитная организация в РФ	52,9 %	55,1 %	61,1 %	63,5 %
АО "Альфа-банк" — крупнейшая частная кредитная организация в РФ	32,1 %	32,6 %	32,8 %	39,1 %
Внешэкономбанк — государственная корпорация, банк развития и внешнеэкономической деятельности	97,0 %	97,0 %	97,7 %	н/д
<i>В т.ч. свыше 5 лет</i>	<i>85,4 %</i>	<i>88,4 %</i>	<i>90,4 %</i>	<i>н/д</i>

Деятельность банковских институтов развития направлена на финансирование таких проектов, которые решают масштабные задачи по социально-экономическому развитию региона и страны в целом. Более того, если частные организации в основном привлекают негосударственное финансирование, и их убытки от неуспешной реализации проекта носят коммерческий характер, то в случае с государственными банками и государственными институтами развития убытки от проектов, в которые вложены (как правило) средства по линии государственного фондирования (кредит ЦБ РФ, средства ФНБ и т. д.) создают для государства общественно-

репутационные и политические риски. Проверкой эффективности расходования государственных средств занимаются соответствующие органы и учреждения, но уже после инвестирования. Поэтому очевидно, что очень важным моментом является контроль за эффективным расходованием выделенных средств на инвестиционной фазе проекта.

На наш взгляд, одним из основных инструментов, который позволил бы усилить контроль государственных банковских организаций за расходованием средств, является использование электронных тендерных площадок для определения поставщика. На примере официального сайта РФ в сети Интернет для размещения информации о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг (www.zakupki.gov.ru) можно выделить следующие положительные моменты для банка-кредитора:

а) Проведение закупок через площадку позволит банку отслеживать процесс от формирования тендерной документации до заключения договора заемщиком с компанией-победителем. На этапе рассмотрения заявок банк сможет оценить квалификацию компаний-участников тендеров.

б) Обязательство по публикации всех документов, связанных с заключением договора, в строго определенные сроки не позволит заемщику оформлять дополнительные соглашения, акты выполненных работ и др. документы «задним числом». В целом, это повысит дисциплину заемщика и прозрачность осуществляемых им операций для банка-кредитора.

в) Использование электронных площадок увеличивает конкуренцию: в случаях, когда компания определяет поставщиков внутренними закрытыми тендерами, банк не может быть уверен, что цена договора будет не завышена. При этом в случае проведения закупок технологически сложных позиций банки, как правило, в принципе не могут адекватно оценить «справедливость цены».

Проекты, реализующиеся на принципах частно-государственного партнерства через федеральные целевые программы и с привлечением кредитных ресурсов Внешэкономбанка осуществляют закупки через площадку www.zakupki.gov.ru в соответствии с ФЗ № 44 от 05.04.2013 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Однако специфика закона вкупе со значительным ослаблением рубля создало для проектов серьезные проблемы:

1. Цена государственного контракта является твердой [2] и не может быть изменена вследствие резких изменений макроэконо-

мических параметров (инфляция, валютные курсы). С одной стороны, это коммерческий риск поставщика/подрядчика, но в любом случае сложно представить, что компания выполнит заказ с убытком 30 % и более. Принуждение к выполнению контракта через суд также не отразится положительным образом на сроках реализации проекта.

2. Заемщик как заказчик при строительстве нередко использует разделение поставок товарно-материальных ценностей (ТМЦ) для контролируемого заказа ответственных материалов (трубы, детали трубопроводов, некоторые виды опор трубопроводов, арматура и т. д.), от качества изготовления которых зависит безопасность технологического процесса. Таким образом, после закупки данных материалов на кредитные деньги заемщик реализует их подрядчику. При принятии от подрядчика форм первичной отчетности для оплаты составляется акт взаимозачета. Проблема в том, что в соответствии с законом начальная максимальная цена строительного контракта (НМЦК) определяется сметным методом, а НМЦК по ТМЦ — методом сопоставимых рыночных цен, т. е. информация о цене берется не из сметы, а из рыночных источников — технико-коммерческие предложения поставщиков, прайс-листы в Интернете и т. д. Временной лаг между проектированием и строительством может составить от одного до нескольких лет, так что такая «реальная» рыночная цена строительных материалов будет выше сметной (особенно с учетом ослабления рубля в 2014 г.). Однако заемщик-заказчик будет должен реализовывать материалы подрядчику по сметной цене, т. к. в противном случае будет нарушена твердая цена строительного контракта, определенная сметным методом. Аналогичные проблемы будут возникать и у подрядчика в части его закупок материалов — заказчик не будет принимать формы первичной отчетности, в которых цена материалов будет выше государственных расценок из сметы.

Единственный вариант решения данной проблемы — внесение законодательных изменений в нормативные акты, регулирующие сферу размещения государственного заказа, которые бы позволили при предоставлении подрядчиком по государственному контракту документального обоснования (накладные, договоры с поставщиками материалов и пр.) невозможности исполнения государственного контракта по цене, определенной на основе ранее разработанной проектной документации, заключать дополнительные соглашения на увеличение цены. Иначе даже при наличии у заемщика денежных резервов (например, при согласии банка выделить дополнительные средства), заемщик не сможет их использовать. Решение проблемы

должно также учитывать также по контрактам на оборудование, т. к. резкий рост курса валют после заключения контракта на поставку оборудования иностранного производства создает существенную вероятность неисполнения рублевого контракта.

При решении данных проблем механизм закупок станет более гибким и удобным, и его можно будет экстраполировать на реализацию проектов, не связанных с государственным финансированием.

Список литературы:

1. Годовые отчеты // Внешэкономбанк [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.veb.ru/ifi/rep/annual/> (дата обращения: 03.07.2015).
2. Закон Российской Федерации «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2013 г. № 14. Ст. 1652 с изм. и допол. в ред. от 06.04.2015.
3. Рейтинги банков // ИА «Банки.ру» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/banks/ratings/> (дата обращения: 01.07.2015).

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА И МОТИВАЦИЯ К ТРУДУ В УСЛОВИЯХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Оздербиева Жанна Анриевна

*канд. экон. наук, доцент Кемеровского института (филиала)
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова,*

РФ, г. Кемерово

E-mail: OzderbievaZH@yandex.ru

Хирная Алена Юрьевна

*ассистент Кемеровского института (филиала)
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова,*

РФ, г. Кемерово

E-mail: alena.dolzhenko55@gmail.com

WAGES AND MOTIVATION TO WORK IN THE CONDITIONS OF MACROECONOMIC INSTABILITY

Zhanna Ozderbieva

*candidate of Science, Assistant Professor of Kemerovo Institute
(branch) of Plekhanov Russian University of Economics,
Russia, Kemerovo*

Alyona Khirnaya

*assistant of Kemerovo Institute (branch)
of Plekhanov Russian University of Economics,
Russia, Kemerovo*

АННОТАЦИЯ

В статье отражены особенности формирования заработной платы и мотивации к труду в условиях макроэкономической нестабильности. Сформулированы предложения по повышению заработной платы и трудовой мотивации.

ABSTRACT

The article describes the features of formation of wages and motivation to work in the conditions of macroeconomic instability. Proposals to improve the wages and work motivation .

Ключевые слова: заработная плата; труд; мотивация; экономический кризис.

Keywords: wages; labor; motivation; economic crisis.

Макроэкономическая нестабильность — это один из существенных факторов, способных перечеркнуть достигнутые успехи в развитии экономики. Финансово-экономические кризисы 2008, 2014—2015 гг. яркие тому примеры, неоднозначно повлиявшие на формирование, развитие рабочей силы и заработной платы. Совместные усилия государства и частного бизнеса способствовали решению только части социально-экономических проблем.

Устойчивыми проблемами на рынке труда являются: несоответствие заработной платы труду; дифференциация заработных плат и по отраслям, и на отдельных предприятиях; хроническая задолженность по зарплате.

В кризисный период развития экономики закрепился такой уровень вознаграждения труда, который практически сократил стимулы к повышению производительности труда и росту квалификации работников. Достойную зарплату получают в отраслях ориентированных на экспорт. Значительная часть работников, зарабатывает низкую заработную плату, и вынуждена обменивать ее на товары и услуги, цены которых приближены к мировым [4].

За текущий период 2015 г. средняя заработная плата работающих в реальном выражении сократилась на 8,5 % [5].

Дифференциация заработной платы в российской экономике имеет устойчивый характер, и несет негативные последствия и для работников и для экономики. Во-первых, это приводит к тому, что заработная плата не выполняет воспроизводственную и стимулирующую функции; во-вторых, способствует консервации сырьевой отраслевой структуры занятости, в-третьих, является препятствием для становления и развития инновационной экономики.

Однако инновационный прорыв страны возможен только при условии вложения инвестиций. Нехватку инвестиций в первую очередь ощущают отрасли, не являющиеся экспортно-ориентированными, поскольку не влияют на интеграцию страны в мировую экономику. Соответственно это формирует различия в заработных платах по отраслям, которые разделились на высокодоходные и низкодоходные. Рост работников с низкой квалификацией и соответственно с низкой мобильностью на рынке труда приводит к формированию социально-регрессивной конкуренции между работниками в экономике. Это влечет за собой снижение производительности наемного труда, что отражается на конечных результатах развития экономики.

О сырьевой направленности российской экономики свидетельствует тот факт, что по сравнению с зарубежными странами, в России основная доля работников занята в сырьевых отраслях. В развитых странах более половины занятых в экономике трудятся в отраслях, имеющих отношение к информационным технологиям. Такая тенденция для России не способствует инновационному развитию экономики и качественному повышению рабочей силы.

Современная модель социально-экономического развития России должна принципиально отличаться и быть похожей на модели развития характерные для развитых стран. С этой целью необходимо повысить социально-экономические показатели и в частности довести уровень заработных плат до уровня, обеспечивающего работнику достойное существование.

Для преодоления глубокой дифференциации в заработных платах требуется изменение структуры экономики таким образом, чтобы в ней преобладало производство готовой продукции с высокой добавленной стоимостью. Доля высокотехнологичных производств должна повыситься до 25—30 %, что поможет российской экономике преодолеть зависимость от топливного и сырьевого секторов экономики.

Страны, которые учитывают закономерности современного экономического развития, способны занять лидирующие позиции в международном разделении труда. Это возможно в том случае, если страна сумеет создать условия для формирования производственно-технологических систем нового технологического уклада. Ядром такого уклада могут быть: биотехнологии, космические технологии, ядерная энергетика, производство конструкционных материалов с заранее заданными свойствами, глобальные информационные сети и т. д. [2, с. 519]. Развитие высокотехнологических производств может в дальнейшем способствовать росту спроса на рабочую силу высокой квалификации.

Следовательно, необходимо создать материально-техническую базу национальной экономики, что требует модернизации и обновления основных фондов, перевод отраслей на современные технологии. Следует отметить, что модернизация экономики и меры, формируемые для решения социально-экономических проблем, могут быть эффективными только при условии изменения положения России на мировом рынке.

Вложение инвестиций в инновационные секторы (наука, информационные технологии, биотехнологии, образование и здравоохранение) может стать существенным толчком для их роста и повышения от них отдачи. Соответственно, позитивный рост таких отраслей поможет повысить в них заработную плату и улучшить материальное положение работников.

Для повышения качества рабочей силы, ее конкурентоспособности и мобильности на рынке труда, необходимо, чтобы заработная плата была достаточной не только для удовлетворения жизненных потребностей, но и для получения образовательных и медицинских услуг.

Назревшие проблемы находятся в центре внимания государства. Так, например, в Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 года определены задачи по увеличению производства инновационной продукции, а также опережающему развитию рабочей

силы. Однако реализация такой перспективной программы во многом зависит в первую очередь от финансовых возможностей государства.

Низкий уровень качества рабочей силы служит тормозом научно-технического прогресса и модернизации экономики. Следовательно, для повышения качества рабочей силы необходим системный инвестиционный подход. Инвестировать необходимо опережающими темпами одновременно все его составляющие, то есть не отделять инвестиции в образование, науку и инновационную систему от инвестиций в воспитание, культуру, здоровье людей, личную безопасность.

Макроэкономическая нестабильность приводит к снижению стимулов у предприятий для расширения производства, что приводит к сокращению инвестиционного спроса. Вследствие чего происходит ухудшение финансового положения предприятия, снижаются доходы и работников, соответственно и стимулы к производительному труду тоже снижаются. Зачем работать лучше, если заработная плата все равно не вырастет?

Таким образом, нельзя обеспечить эффективность производства, не решив проблему материальной заинтересованности каждого участника производственного процесса. Достойное вознаграждение труда работника залог стабильности и успешности предприятия. В современных условиях для обеспечения конкурентоспособности предприятия должна сложиться эффективная система мотивации труда и стимулирования роста производства.

Переход к социально-ориентированной рыночной экономике требует от руководителей предприятий умений разбираться не только во внешней конъюнктуре, но и грамотно управлять своей фирмой. Немаловажным фактором управления предприятием является грамотно разработанная система стимулирования труда не только морального, но и материального. Для того чтобы разработать эффективную систему форм и методов управления мотивами и стимулами, необходимо знать те потребности работника, при удовлетворении которых, это способствовало бы повышению производительности труда и увеличению производства товаров и услуг в соответствии с направлением работы предприятия. В свою очередь для разработки необходимых и правильных мотивов, необходимо знать и изучить всю их природу, как и какими способами, мотивы могут быть приведены в действие, как осуществляется мотивирование людей.

В настоящее время, в связи с введением санкций, многие предприятия испытывают сложности не только в обеспечении рынка своей продукцией, но и в формировании благоприятных условий труда

с точки зрения получения и увеличения заработных плат работников. Происходят сокращения работников из-за невозможности руководителей предприятий платить достойную и своевременную заработную плату своим работникам.

Предприятие, руководитель которого не в состоянии разработать эффективную модель мотивации, не сможет достичь наивысшего успеха на рынке, т. к. от работников в частности зависит уровень производительности труда и качество предоставляемых услуг, так как мотивация побуждает конкретного индивида и коллектив в целом к достижению личных и коллективных (организационных) целей.

Существует множество методов, с помощью которых можно мотивировать работника к более ответственному и качественному выполнению работы.

В таком обилии существующих методов руководитель должен сам выбирать, каким образом стимулировать каждого работника для выполнения главных целей организации (получение максимальной прибыли, а также занятие устойчивой позиции на рынке товаров и услуг, повышения конкурентоспособности предприятия). Если руководитель сделает выбор удачно, то он получает возможность регулировать и стимулировать работу своих работников, что в свою очередь поможет вместе (руководство и работник) достигать поставленные цели, не только касающиеся личностных целей работников, но и конечные цели организации в целом.

Большую роль для предприятия играет материальное стимулирование труда работников.

Материальное стимулирование должно быть направлено на повышение производительности труда и повышение качества производимой продукции или услуг. В первую очередь это связано с разработкой системы оплаты труда (см. Рисунок 1). Она должна главным образом учитывать особенности производства и специфику сферы деятельности. В качестве подобных стимулов на предприятии можно использовать премиальную систему. Она заключается в выплате премий за своевременную, либо выполненную до срока сдачи работу, но не влияющей на их качество.



Рисунок 1. Система материального стимулирования труда [1]

Основную часть системы стимулирования труда занимает обязательная часть: заработная плата, оплата отпусков и т. д. Но также и присутствует стимулирующая часть, которая возможна за счет дополнительной заработной платы, её стимулирующей и компенсационной части (за сверхурочную работу, работу в ночные часы и т. д.). Распределение премиальной части заработной платы должно осуществляться за экономию ресурсов, за объем производства и т. д.

В свою очередь обязательная и стимулирующая части направлены на выполнение различных функций. Обязательная часть предназначена для удовлетворения изначальных и постоянных потребностей работника, дает некую стабильность, и позволяет планировать свои расходы. Также обязательную часть заработной платы можно ассоциировать с возмещением затраченных усилий работника. Тогда как стимулирующая часть заработной платы позволяет увеличить целенаправленность работника на достижение организационных целей и направленностей работника; позволяет оценить вклад каждого отдельного работника и направить его силы на достижение еще большего результата. Также нематериальное стимулирование работников позволяет удовлетворить моральные потребности работника, а также получить признание и повысить чувство причастности его к организации, что в свою очередь позволит работнику предприятия работать в том темпе, который позволили ему

достичь таких результатов. Такой подход очень важен при разработке системы стимулирования труда.

Руководителю необходимо помнить, что если система материального стимулирования труда будет разработана правильно, учтет все те потребности, в которых работник нуждается, то он сможет эффективно управлять предприятием в любой рыночной системе.

В процессе оценки эффективности материального стимулирования труда, её необходимо рассматривать с двух сторон: со стороны работодателя и работника. Если оценивать эффективность со стороны работника, то необходимо при анализе учитывать их удовлетворенность потребностей в заработной плате, а также удовлетворенность размерами различных дополнительных выплат.

При анализе эффективности со стороны работников, важной ступенью являются два основных направления [3]:

1. Выявление и оценку размера и форм материального стимулирования труда работников;
2. Выявление и оценку удовлетворенности работников уровнем оплаты труда.

Если рассматривать оценку эффективности материального стимулирования со стороны работодателя, то она должна включать в себя комплексный анализ системы материального стимулирования (затраты на стимулирование, оценка эффективности от введения той или иной системы стимулирования и т. д.).

После анализа работодатель (уполномоченные лица) должны сделать выводы об эффективности и внести коррективы в действующую систему материального стимулирования, либо оставить её без изменения.

Также материальным стимулированием для работников может являться индексация заработной платы, но по каким-то причинам большинство фирм пренебрегают таким способом.

В статье 134 Трудового кодекса РФ прописана обязанность работодателей индексировать заработную плату сотрудников независимо от формы собственности предприятия. Однако в законе не указан ни размер индексации, ни её сроки, для того, чтобы величина заработной платы росла пропорционально росту цен.

Часто индексация заработных плат сотрудников предприятий, связана с какими-либо знаменательными датами или праздниками (юбилей предприятия, новый год), но стоит отметить, что для большинства предприятий, такой способ повышения заработной платы не является традиционным, и не позволяет работникам постоянно ожидать такого повышения заработной платы.

При формировании эффективной системы стимулирования труда руководителю необходимо заботиться и учитывать потребности не только руководящего состава организации, но и не забывать о рядовых рабочих, которые выполняют основной объём работы.

Для того чтобы разработать грамотную и экономически эффективную систему материального стимулирования труда необходимо для начала провести анализ не только удовлетворенности персоналом уровнем заработной платы, но и свободных средств, которые позволили бы повысить размер выплачиваемой заработной платы работникам и руководству.

К выбору того или иного варианта системы материального стимулирования труда, можно подойти с точки зрения — доли участия работника в управлении, в производстве товаров и услуг на предприятии, а также степени квалификации на предприятии. Работников предприятия можно разделить на несколько групп, в соответствии с их потребностями и уровнем квалификации. Например, это могут быть работники предприятия с низкой квалификацией, которых устраивает сложившееся положение дел, и нежелающих участвовать в организации и управлении предприятием. Еще можно выделить группу работников со скрытым потенциалом, которым необходимо помочь раскрыться в полной мере. Это, как правило, работники способные работать и принимать решения самостоятельно, предлагать рациональные идеи по организации производства и желающие участвовать в управлении предприятием.

Таким образом, в условиях кризисного периода политика зарплатообразования предприятий должна учитывать специфику функционирования экономики, ее воздействие на всех субъектов рыночных и трудовых отношений.

Список литературы:

1. Кокорев В.П. Материально-денежная мотивация управленческого труда: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.dcnspu.ru/kokorev1/book.html>. — 28 с. (дата обращения: 18.07.2015).
2. Обучение рынку / Под ред. С.Ю. Глазьева. М.: Экономика, 2004. — 639 с.
3. Современные подходы к оценке материального стимулирования труда работников торговли: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1400> (дата обращения: 10.07.2015).

4. Справка об индексах потребительских цен в России и зарубежных странах в июне 2015 года. Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/ind-zen23.htm (дата обращения: 15.07.2015).
5. Уровень жизни и доходы населения в июне 2015 г. Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/# (дата обращения: 15.07.2015).

ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Черкасов Михаил Николаевич

*канд. экон. наук, зав. кафедрой «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,*

РФ, г. Москва

E-mail: mixantyt@mail.ru

PROSPECTS OF REALIZATION OF POLICY OF IMPORT SUBSTITUTION IN THE CONDITIONS OF MODERN RUSSIAN ECONOMY

Mikhail Cherkasov

*PhD, Head, Department "Financial Management"
"MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье говорится о проблемах современного этапа развития российской экономики, о перспективах реализации политики импортозамещения в период современного геополитического и финансово-экономического кризиса. Делается вывод о необходимости и неизбежности реализации процессов импортозамещения.

ABSTRACT

The article describes the problems of the present stage of development of the Russian economy and the prospects for implementation of the policy of import substitution. A discussion of the need to import substitution in our state continues more than a year and I must say that at the present stage of development, it is not only not lost its relevance, but on the contrary, during the current geopolitical, financial and economic crisis, the implementation of the import substitution process is imminent.

Ключевые слова: импортозамещение; иностранные поставщики; отечественные товаропроизводители; кризис.

Keywords: import substitution; foreign suppliers; domestic producers; the crisis.

Импортозамещение представляет собой процесс, реализуемый на уровне национальной экономики, в процессе которого происходит обеспечение выпуска необходимой для внутренних потребителей продукции силами отечественных (функционирующих внутри страны) товаропроизводителей. Этот процесс может быть реактивным, либо упреждающим: при первом варианте происходит вытеснение иностранных производителей с соответствующих сегментов рынка, при втором — происходит выпуск товаров импортозамещения с таким расчетом, чтобы не допустить конкурирующие иностранные предприятия на товарные рынки.

Оба варианта импортозамещения можно реализовать на основе административного регулирования органов государственной власти либо посредством преимущественно рыночных механизмов. втором случае успешная реализация импортозамещения будет представлять собой справедливый результат конкурентной борьбы, при котором отечественный товаропроизводитель доказывает потребителям, что производимые им товары дешевле и качественнее, нежели у зарубежного производителя. В первом случае процесс импортозамещения реализуется в результате государственного вмешательства посредством административных запретов на осуществление бизнеса, наложенных в отношении иностранных предприятий.

Поэтому на данный момент, когда экономика России переживает не самые лучшие и стабильные времена, характеризующиеся большой зависимостью различных отраслей промышленности от иностранных поставщиков, весьма глобально стоят вопросы:

- Какой дорогой пойдет наша страна?

- Предпочтет ли закрытую модель развития, направленную на производство для внутреннего рынка, либо останется одним из элементов глобальной экономической структуры?
- Займет ли импортозамещение позицию ключевого фактора макроэкономического роста?
- Возможно ли, одновременно с этим проводить политику, ориентированную на развитие и поддержку экспорта?

В последние годы, начиная с 2008 г., импортозамещение стали рассматривать в качестве основополагающего фактора роста стагнирующей экономики России. Согласно аналитическим прогнозам Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования проведение мероприятий в данном направлении на протяжении 5—7 лет способно обеспечить промышленному производству России 10—15 % роста [1].

После присоединения Крыма к Российской Федерации в 2014 г. и введения финансово-экономических санкций со стороны развитых западных государств, Правительство России официально продекларировало курс на импортозамещение. Одной из дополнительных причин активизации данного процесса вместе с санкциями явилась девальвация национальной валюты: за 2014 г. курс доллара по отношению к российскому рублю увеличился более чем на 60 %, евро — более чем на 35 % [4].

На реализацию программ импортозамещения в 2015—2017 гг. из государственного бюджета России планируется выделить около 38 млрд. руб. [7]. Министр финансов России А. Силуанов сообщил, что Правительство России данному направлению уделяет большое внимание, так как в современных условиях хозяйствования его вместе с государственной поддержкой экспорта (на что было запланировано 44 млрд. руб.) можно назвать ключевым [2]. Вместе с этим следует помнить о том, что это долгосрочная задача, решение которой будет сопровождаться сохранением негативных внешних условий.

Таким образом, геополитическая обстановка, введенные против нашей страны санкции, инфляция способствуют становлению импортозамещения в качестве наиболее приоритетной задачи развития российской экономики. В России можно наблюдать начало масштабной стратегии по импортозамещению, для реализации которой экономика России должна подготовиться и предложить максимально эффективные и рациональные пути решения.

Ситуацию с внешнеторговым балансом в России можно назвать негативной, характеризующейся высокой долей импорта (рисунок), причем удельный вес импорта в отдельных отраслях промышленности

достигает 80 % (например, при импорте технологий и оборудования в нефтегазовом комплексе, по отдельным проектам, связанным с разработкой новых месторождений на арктическом шельфе, данный показатель может превышать 90 %) [3].

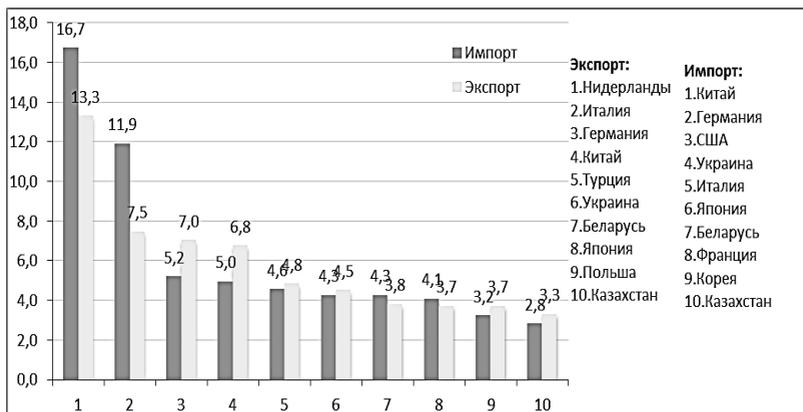


Рисунок 1. Основные торговые партнеры Российской Федерации в 2013 г., % [5; 8]

В результате вышеизложенного мнения ученых и политиков по результативности стратегии импортозамещения разнятся. Одни представляют современную ситуацию, сложившуюся в отечественной экономике, как реальный шанс для российских товаропроизводителей вытеснить иностранную продукцию с внутренних рынков. Другие считают нежизнеспособной модель импортозамещения в чистом виде.

В каком направлении пойдет процесс импортозамещения в России, сейчас предсказать сложно. Однако, несомненно, что данный процесс реализовывать необходимо, несмотря на то, что российские покупатели привыкли к зарубежным товарам, внешнеэкономические связи с иностранными поставщиками давно отработаны, механизмы налажены. Поэтому сейчас необходимо воспользоваться ситуацией, когда вводимые Правительствами государств обоюдные финансово-экономические санкции ломают сложившиеся обстоятельства и предоставляют российской экономике реальный шанс стать конкурентоспособной державой, выйти в лидеры на геополитическом и геоэкономическом пространстве.

Особое внимание следует обратить на те сектора экономики, зависимость от импорта которых, чрезвычайно велика. Наибольшая

зависимость от мирового сообщества существует в следующих направлениях:

1. Обеспеченность нашей страны стратегически значимой продукцией: продовольственными товарами, лекарствами, инновационными технологиями, сложным оборудованием, комплектующими для машин на данный момент очень мала, именно эти отрасли необходимо развивать в первую очередь.

2. Серьезную зависимость России от импорта демонстрирует такое направление, как оборудование для промышленных предприятий: приобретение ядерных реакторов, котлов, запасных частей к ним, механического оборудования. На данный момент внутреннее обеспечение собственных потребностей в этой сфере для нашей страны невозможно, при этом более 30 % импортных поставок производится из США и стран Европы.

Несмотря на вышеуказанные обстоятельства, в нашей стране политика импортозамещения имеет значительные шансы на успех, что обусловлено различными факторами [2]:

- в большинстве случаев у российских предприятий нет проблем с доступом к природным ресурсам и необходимому сырью;
- при открытии производства в России производственные издержки во многих случаях будут значительно меньше, нежели у иностранных производителей, прежде всего за счет относительной низкой цены некоторых природных ресурсов;
- существенно низкие тарифы на электроэнергию;
- в связи с падением курса рубля возникло преимущество отечественных товаропроизводителей, связанное со сравнительно небольшой заработной платой сотрудников;
- наличие у нашей страны ощутимого научно-технологического потенциала, который на данный момент успешно реализуется в отдельных отраслях промышленности (главным образом, в военно-промышленном комплексе, в сфере освоения космоса), при этом, как отмечают многие аналитики [3], наработки, полученные в этих сферах деятельности, можно перевести в гражданские промышленные отрасли.

Список литературы:

1. Кондратьев А. Импортозамещение: две стороны одной монеты. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://businessofrussia.com/dec-2014/item/975-kondratyev.html> (дата обращения 01.06.2015).

2. Мониторинг и анализ технологического развития России и мира. ЦМАКП, ноябрь 2014. — 30 с.
3. Неустроев С.С. Система научного обеспечения стратегического развития экономики северного региона (на примере Республики Саха (Якутия). СПб.: ИПРЭ РАН. 2012. — 207 с.
4. Официальный сайт РБК. РБК Рейтинг— [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://rating.rbc.ru/> (дата обращения 5.06.2015).
5. Официальный сайт Федеральной таможенной службы. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.gts.ru (дата обращения 10.06.2015).
6. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 г. № 328 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162176/?frame=1 (дата обращения 12.06.2015).
7. Федеральный закон Российской Федерации от 31.12.2014 г. № 488-ФЗ «О промышленной политике в России» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.gratanet.com/uploads/user_8/files/Novaya_promishlennaya_politika_RF.pdf (дата обращения 12.06.2015).
8. Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник 2013 г.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЕЙ

Шароватов Сергей Викторович

*канд. экон. наук, доцент кафедры «Производственный менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,
РФ, г. Москва
E-mail: S-shar@yandex.ru*

Штрикунова Марина Михайловна

*канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансовый менеджмент»
ФГБОУ ВПО «МАТИ — Российского государственного
технологического университета имени К.Э. Циолковского»,
РФ, г. Москва
E-mail: hardy_m@mail.ru*

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF DOMESTIC KNOWLEDGE-INTENSIVE BRANCHES

Sergey Sharovarov

*PhD, Associate Professor of "Production Management"
MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

Marina Shtrikunova

*PhD, Associate Professor of "Financial Management"
MATI — Russian State Technological University Tsiolkovsky",
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

Сегодня российская экономика характеризуется серьезным технологическим отставанием от государств, занимающих лидирующее положение в мировой экономике, что обусловлено значительной зависимостью экономики России от добывающих, прежде всего, энергосырьевых, отраслей промышленности. Поэтому наиболее рациональной концепцией дальнейшего развития наукоемких отраслей может стать ориентация на освоение внутрироссийского рынка и формирование импортозамещающих производств.

ABSTRACT

Today, the Russian economy is characterized by significant technological gap between countries with a leading position in the global economy due to heavy dependence of the Russian economy from mining, especially energy and raw, industries. Therefore, the most rational concept of further development of knowledge-based industries may be the orientation for the development of the domestic market and the formation of import-substituting industries.

Ключевые слова: наукоемкие отрасли; промышленность; экспорт; импорт; технологии; инновации; импортозамещение.

Keywords: high-tech industry; industry; exports; imports; technology; innovation; import substitution.

За последнее десятилетие позиции России на мировых рынках наукоемкой (высокотехнологичной) продукции сильно изменились. Например, максимального уровня наша страна достигла в 2003 г., когда объемы российского экспорта составили 0,45 % от мирового

на вышеуказанных рынках. Однако данный показатель к 2009 г. уменьшился почти в два раза, к 2012 г. удельный вес российского экспорта немного вырос и составил 0,35 % [6]. Вместе с этим указанный показатель значительно меньше доли высокотехнологичного экспорта таких государств, как Китай, доля которого составляет 16,3 %, США — 13,5 % и Германии — 7,6 % и т. д. [5]. Таким образом, по уровню инновационного развития экономика России существенно отстает от США, государств Западной Европы, отдельным странам Латинской Америки и Азии. Прослеживается также неуклонное отставание в темпах роста готовой высокотехнологичной продукции [7].

В соответствие с аналитической информацией по данным рейтинга инновационных государств, который ежегодно публикует Bloomberg Rankings — международное агентство, наиболее высоким уровнем инновационного развития обладает Южная Корея (на начало 2014 г.). Рейтинг формируется в результате исследования семи статистических элементов экономики, или индекс инноваций, который рассчитывается в результате анализа данных, в которых выражается инновационная активность национальной экономики;

1. интенсивность проведения научно-исследовательских и инновационных разработок;
2. патентная активность;
3. уровень производительности труда;
4. уровень образования;
5. количество исследователей в процентах на 1 миллион человек,
6. производительность промышленности;
7. концентрация высоких технологий.

На начало 2014 г. в этом рейтинге Российская Федерация занимает 18 позицию, при этом в 2013 г. Россия была на 14-ом месте. Список анализируемых государств состоит из 50 государств. При этом в разрезе показателей Россия расположилась следующим образом:

1. по интенсивности проведения научно-исследовательских и инновационных разработок — 7 место;
2. по патентной активности — 9 место;
3. по уровню производительности труда — 47 место;
4. по уровню образования — 4 место;
5. по количеству исследователей в процентах на 1 миллион человек — 25 место,
6. по производительности промышленности — 17 место;
7. по концентрации высоких технологий — 7 место.

Таким образом, достаточно высокую четвертую позицию по эффективности высшего образования можно назвать наиболее ожидаемой, также как и в категории концентрации инноваций, вместе с этим такое достижение можно объяснить унаследованными от СССР традициями [3]. Также следует отметить низкий уровень производительности труда отечественной экономики. У методики составления рейтинга Bloomberg существуют недостатки, главными из которых можно назвать недостаточно глубокое раскрытие процедур расчета и источников данных интегрированных показателей, что делает невозможным полноценное применение в научных исследованиях указанных данных. Вместе с этим невысокий уровень развития наукоемких отраслей в России отмечается и в рейтинге, который подготовлен Всемирной организацией интеллектуальной собственности в 2013 г, согласно которому Россия занимает всего лишь 62 позицию, пропустив вперед Иорданию, Колумбию, Армению и другие государства [5].

Также и международная специализация России и данные социально-экономического развития подтверждают полученные результаты:

1. На данный момент Россия является, прежде всего, импортером инновационных технологий (рис. 1).

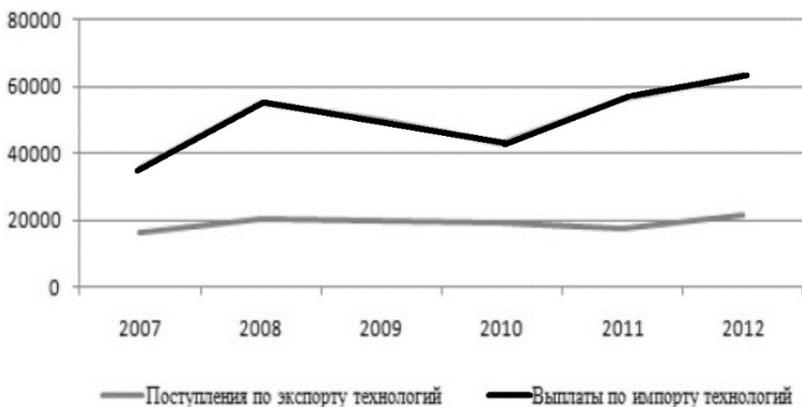


Рисунок 1. Выплаты по экспорту и импорту продукции высокотехнологичного производства России, млрд.руб.

Об этом наглядно говорит постоянное отрицательное внешнеторговое сальдо по наукоемким отраслям промышленности

2. Низкий уровень инновационного развития российской экономики обусловлен также невысокой долей затрат на фундаментальные исследования (рис. 2).

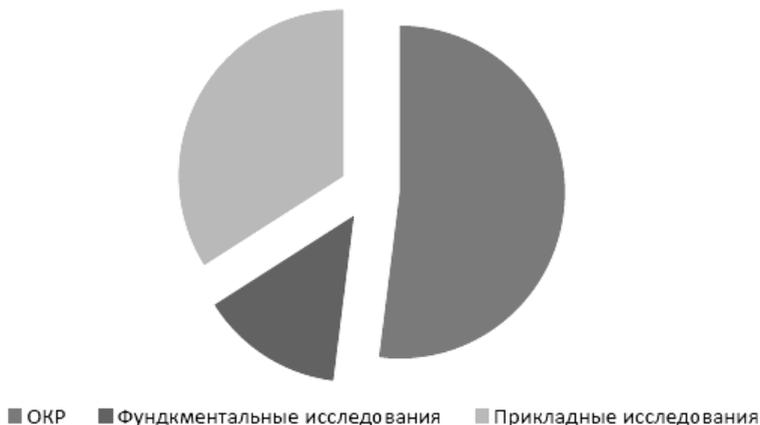


Рисунок 2. Структура расходов на научные исследования в России, 2013 г. [6]

В результате недостаточного финансирования не получают развития большинство перспективных исследований в сфере фундаментальной науки, поэтому существует значительный разрыв между российской наукой и достижениями исследователей высокоразвитых государств [3].

3. Существующий на данный момент дефицит квалифицированных специалистов и рабочих кадров. Именно сотрудники организаций в составе производительных сил выступают творческим элементом, которые целенаправленно реализуют развитие наукоемких отраслей. Поэтому качественная и количественная динамика занятости в секторе научных разработок является значимым фактором, определяющим развитие высокотехнологичного производства (табл. 1).

Таблица 1.

**Численность сотрудников и организаций, занимающихся
отечественными научными разработками [8]**

	1992	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Количество организаций	4555	4099	3566	3666	3536	3492	3682	3566
Количество персонала	1532,6	887,7	813,2	761,3	742,4	736,5	735,3	726,3

Данные, представленные в таблице, демонстрируют значительное сокращение высококвалифицированных кадров и организаций, способствующих развитию инноваций в российской экономике [4].

4. Еще одной немаловажной проблемой, ограничивающей развитие наукоемких отраслей, является моральной и физическое устаревание основных производственных фондов (табл. 2).

Таблица 2.

**Уровень износа отечественных основных фондов по отдельным
видам экономической деятельности, % [6]**

	2007	2008	2009	2010	2012	2013
Все основные фонды	43,5	45,2	45,3	45,3	47,1	51,3
из них по видам по видам экономической деятельности:						
добыча полезных ископаемых	54,8	53,3	50,9	49,6	51,1	51,9
обрабатывающие производства	47,8	47,1	45,6	45,7	46,1	46,6
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	55,6	52,2	51,2	50,7	51,1	51,2

Обобщая вышеизложенное, можно сказать, что значительные отличия экономики России от национальных экономик развитых государств, имеющиеся ограничения развития высокотехнологичной промышленности не позволяют нашей стране занять достойное положение на мировых рынках наукоемкой продукции, поскольку требуются большие затраты и усилия [1]. Однако, сейчас и политическая ситуация и экономические факторы формируют благоприятные условия для сбалансированного развития импортозамещающих производств в разрезе наукоемких и высокотехнологичных отраслей [4]. Именно такое направление является на данный момент наиболее перспективным.

Список литературы:

1. Бляхман Л.С. Институциональные основы модернизации российской экономики. Проблемы современной экономики. — 2012. — № 1 (41). — С. 7—17.
2. Бойко И.В. Фундаментальные основы инновационной экономики: методологический, исторический и эмпирический контекст. М.: МАКС Пресс, 2005. — 308 с.
3. Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса М.: Экономика, 2010 г. — 254 с.
4. Железин А.В., Передерий Н.В. Изучение основных изменений в отечественной финансовой системе - Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — № 3-1. — 2014. — С. 185—188.
5. Официальный сайт Организации объединенных наций — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.un.org> (дата обращения 3.06.2015).
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 8.06.2015).
7. Most Innovative in the World 2014: Countries — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.bloomberg.com>. (дата обращения 6.06.2015).

СЕКЦИЯ 5.

УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ

О ПРОБЛЕМАХ И НАПРАВЛЕНИЯХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Зубкова Лариса Дмитриевна

*канд. экон. наук, доцент
Тюменского государственного университета,
РФ, г. Тюмень*

E-mail: lasasha@rambler.ru

Афанасьев Владислав Сергеевич

*студент Тюменского государственного университета,
РФ, г. Ишим*

E-mail: ishimnomad@gmail.com

ABOUT THE PROBLEMS AND DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF THE MONETARY POLICY OF THE CENTRAL BANK OF THE RUSSIAN FEDERATION

Larisa Zubkova

*candidate of economic Sciences, Associate Professor
of Tyumen State University,
Russia, Tyumen*

Vladislav Afanasiev

*student of Tyumen State University,
Russia, Ishim*

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрены проблемы денежно-кредитной политики центрального банка Российской Федерации. Проанализированы федеральный закон, конституция Российской Федерации, статистические данные Банка России и отчет Международного Валютного Фонда. Выявлены оптимальные экономические решения преодоления проблем денежно-кредитной политики Банка России. По мнению автора, требуются внесения изменения основ денежно-кредитной политики Банка России.

ABSTRACT

This article examines the problems of monetary policy of the Central Bank of the Russian Federation. Analyzed Federal law, the Constitution of the Russian Federation, the statistics of the Bank of Russia and the report of the International Monetary Fund. The optimal economic solution to overcome the problems of monetary policy the Bank of Russia. In the author's opinion requires the change of the monetary policy frameworks of the Bank of Russia.

Ключевые слова: Центральный банк; Банк России; МВФ; инфляция; эмиссия; кредит; издержки.

Keywords: Central Bank; the Bank of Russia; IMF; inflation; issue; credit; costs.

В рыночных условиях экономик, важнейшим инструментом для развития является кредитование экономики коммерческими банками, при условии, что центральный банк является кредитором последней инстанции и действует в интересах государства.

Российский центральный банк (цб) в отличие от центральных банков таких стран как например США, Япония, Германия, не имеет обязательств кредитовать экономику России, тем временем центральные банки указанных стран имеют законные или конституционные обязанности по кредитованию и обеспечению роста экономики [6]. В Российской Федерации текущей конституцией и законодательством не установлено центральным банком право кредитовать экономику, а только лишь заниматься обеспечением стабильности курса национальной денежной единицы [1], более того федеральным законом о центральном банке Российской Федерации прописано не отвечать по обязательствам государства [4].

Центральный Банк имея всего одну конституционную функцию — защиту и обеспечение устойчивости рубля, допустил обвал национальной денежной единицы введя плавающий курс рубля.

Валютные спекулянты, в числе которых могли участвовать коммерческие банки, воспользовались этим моментом для получения моментальной прибыли, получив до 100 % прибыли на покупке\продаже валюты, обрушили курс рубля по отношению к другим валютам в 2 раза.

Центральный банк являясь юридическим лицом действуя на договорной основе с Международным Валютным Фондом (МВФ) [4]. 16 декабря 2014 года центральный банк поднял ключевую ставку до 17,00 % годовых, объяснив это необходимостью ограничить существенно возросшие в девальвационные и инфляционные риски. Совершенно игнорировав 3 послания президента федеральному собранию, где президент требовал снижения процентных ставок ссылаясь на опыт ЕЦБ и ФРС [5], несколькими месяцами спустя — 02.02.15 центральный банк понизил ставку до 12,50 % [2]. Тем самым нанёс вред экономике сильнее чем все санкции запада за последний год. Повышение ключевой ставки Банком России привело к повышению ставок по кредитам в коммерческих банка фактически запретив инвестиционный рубль для обращения внутри экономики, а так как норма рентабельности в обрабатываемой промышленности (согласно Росстату) находится ниже 6 %, банк России сделал нашу экономику не конкурентоспособной в условиях ВТО.

Сегодняшняя денежно-кредитная политика центрального банка делает Российскую экономику не конкурентоспособной на мировом рынке. Центральный банк не предоставляет кредиты коммерческим банкам более чем на 3 месяца. Подобное кредитование сложно назвать рефинансированием, это скорее покрытие кассового разрыва или для поддержания коммерческих банков находящихся в состоянии пред банкротства. С подобные кредитованием цб не возможно осуществлять долгосрочные инвестиции в проекты с не скорой окупаемостью.

При таких высоких процентных ставках невозможно проводить индустриализацию, к тому же рост процентной ставки не способствует снижению инфляции, а наоборот увеличивает её, так как на величину выданного кредита процентная ставка по кредиту закладывается производителями в себестоимость продукции, далее продукция поступает на потребительские рынки, отсюда и появляется потребительская инфляция. Вместе с тем высокими ставками центральный банк выгоняет инвестиционный рубль из экономики, замещая его долларом, бизнесу в том числе и коммерческим банкам ничего не остаётся как брать кредиты за границей, но и это стало невозможным, так как санкции Евросоюза исключили российский бизнес от среднесрочных и долгосрочных кредитов.

Динамика внешнего долга вследствие отказа кредитования экономики страны Банком России:

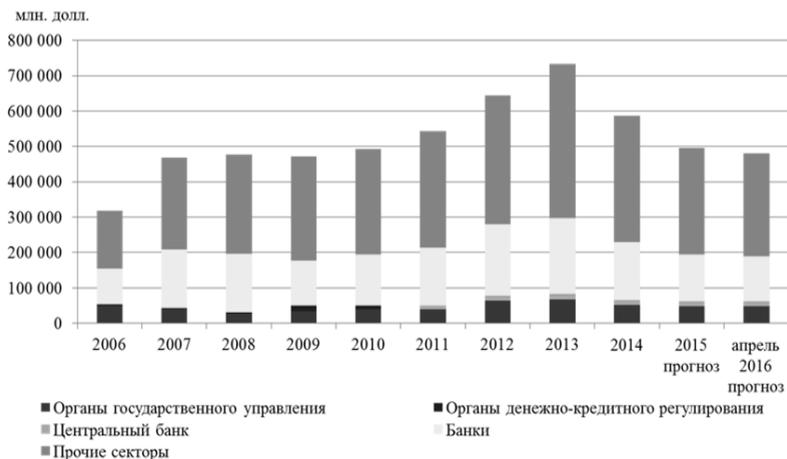


Рисунок 1. Динамика внешнего долга

Какие действия следует предпринять незамедлительно:

Во-первых, центральный банк должен снизить ключевую ставку до уровня европейских стран т.е. близкую к нулю;

Во-вторых, центральный банк должен начать выдавать кредиты кредитным организациям на долгосрочную перспективу т. е. на 1, 3, 5 и более лет;

В-третьих, требуется отмена норматива базеля-3, и переход к нормативам банковского резервирования как в развитых странах;

В-четвёртых, следует ввести контроль за целевое использование денег для коммерческих банков, оградив банки от возможности спекулировать на валютном рынке;

И последнее. Банк России должен начать эмиссию рублей не под резервные валюты, а под национальные инвестиции, как это делают 40 развитых стран.

Эти меры способны дать в страну национальные инвестиции, при низкой инфляции и стабильной денежной единицы как в 40 развитых странах мира [3]:

Таблица 1.

40 развитых стран по классификации МВФ

Страна	Ставка Цб в %	Инфляция в %
Австрия	0,05	1,00
Бельгия	0,05	0,56
Болгария	0,02	0,50
Великобритания	0,50	-0,10
Венгрия	1,65	-0,30
Германия	0,05	0,70
Греция	0,05	-2,10
Дания	-0,75	0,50
Ирландия	0,05	-0,70
Испания	0,05	-0,20
Италия	0,05	0,20
Кипр	0,05	-1,99
Латвия	0,05	0,50
Литва	0,30	-0,50
Люксембург	0,05	0,65
Мальта	0,05	1,40
Нидерланды	0,05	1,10
Польша	1,50	-1,10
Словакия	0,05	-0,10
Словения	0,05	-0,50
Португалия	0,05	0,40
Румыния	1,75	0,65
Финляндия	0,05	-0,20
Франция	0,05	0,10
Чехия	0,05	0,50
Швеция	-0,25	-0,20
Эстония	0,05	0,10
Австралия	2,00	1,30
Гонконг	0,50	2,80
Швейцария	-0,75	-1,10
Канада	0,75	0,80
Республика Корея	1,75	0,50
Сингапур	0,22	-0,50
Сан Марино	0,05	1,11
США	0,25	-0,20
Тайвань	1,88	-0,73
Новая Зеландия	3,25	0,10
Норвегия	1,25	2,00
Израиль	0,10	0,50
Японии	0,10	0,60

Итак, в сегодняшних реалиях, Российская экономика не может существовать без национальных инвестиций. Россия, находясь под внешнеэкономическими санкциями, обязана пойти на решительные действия. Так как текущая экономическая модель не позволяет отечественным товаропроизводителям начать импортозамещение (индустриализацию). Требуется немедленное замещение иностранного кредита на национальный. В том числе и путём перекредитования хозяйствующих субъектов, взявших кредит у иностранных банков в иностранной валюте. Добиться этого можно путём снижения ключевой ставки центрального банка, как это делают центральные банки развитых экономик мира. Эмитировать денежную массу в объёмах предоставляемого кредита коммерческими банками для промышленности.

Данные меры также поспособствуют деофшоризации экономики и выстраиванию института национальной собственности.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации от 1993 года. — статья 75 п. 2 // [www.constitution.ru](http://www.constitution.ru/10003000/10003000-5.htm) [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.constitution.ru/10003000/10003000-5.htm> (дата обращения 07.06.2015).
2. О ключевой ставке Банка России // Центральный банк РФ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=30042015_133103dkp2015-04-30T13_05_21.htm (дата обращения 03.06.2015).
3. Отчёт МВФ Развитие экономики с. 150 // Международный Валютный Фонд [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/01/pdf/statapp.pdf> (дата обращения 03.06.2015).
4. «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» Федеральный закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ (ред. от 29.12.2014) Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». (дата обращения 02.06.2015).
5. Послание федеральному собранию от 2012 года // Сайт президента России [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/17118> (дата обращения 02.05.2015).
6. Цели денежно-кредитной политики Федеральной Резервной Системы // Федеральная Резервная Система [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: http://www.federalreserve.gov/pf/pdf/pf_complete.pdf (дата обращения 04.06.2015).

ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ГРУЗОВЫХ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ СИСТЕМЫ СПУТНИКОВОГО МОНИТОРИНГА WAGONTRACKER-GPS

Терёхин Илья Александрович
преподаватель ОмГУПС,
РФ, г. Омск
E-mail: terekhin_ilya@mail.ru

Лаптев Вадим Сергеевич
студент ОмГУПС,
РФ, г. Омск
E-mail: pilsner92@mail.ru

FEATURES LOGISTICS ACTIVITIES RAIL FREIGHT COMPANIES IN CASE SATELLITE MONITORING SYSTEM WAGONTRACKER-GPS

Ilya Terekhin
teacher of OSTU,
Russia, Omsk

Vadim Laptev
student of OSTU,
Russia, Omsk

АННОТАЦИЯ

Работа посвящена исследованию логистической деятельности железнодорожных грузовых компаний. В статье приводится информация о том, как отслеживается груз с помощью зарубежной системы WagonTracker-GPS, рассматриваются перспективы внедрения этой системы в России.

ABSTRACT

Work is devoted to logistics activities rail freight companies. The article provides information on how to track goods using a foreign system

WagonTracker-GPS, discusses the prospects of implementation of this system in Russia.

Ключевые слова: логистическая деятельность; системы спутникового мониторинга; перевозки грузов; параметры грузов; услуги слежения за вагонами; модем; WagonTracker-GPS.

Keywords: logistics activities; satellite monitoring system; cargo; cargo options; tracking services for cars; modem; WagonTracker-GPS.

Сегодня широкое распространение получили самые разнообразные виды перевозок грузов. Благодаря использованию современных возможностей технологий мониторинга стала доступной возможность постоянно контролировать местоположение вагонов и некоторые параметры груза, что в большой степени способствует повышению привлекательности варианта перевозки по железной дороге для логистических компаний. Сегодня каждый, кто пользуется услугами железной дороги по перевозке грузов, рассчитывает на то, что груз прибудет в пункт назначения в определённый день.

В услуги слежения за вагонами входит:

- Ежедневное отслеживание местонахождения вагонов, контейнеров и грузов.
- Предоставление информации о выгрузке и погрузке вагонов на территории России, например, на тех или иных железнодорожных станциях.
- Осуществление оперативного поиска контейнеров и вагонов по всей территории Российской Федерации, СНГ и Прибалтики.
- Предоставление финансовой информации по карточкам грузов.
- Просмотр истории всех вагонов, которые вы отслеживали.

Система спутникового мониторинга WagonTracker-GPS способна достаточно просто и экономично отслеживать местоположение грузовых вагонов в режиме реального времени и предоставлять информацию о скорости их движения и пройденном пути [1].

В перспективе ее внедрение должно способствовать уменьшению суммарных затрат собственников вагонов за счет повышения эффективности использования вагонов, планирования их оборота и технического обслуживания. Система WagonTracker-GPS внедрена во многих странах Европы и с успехом используется для железнодорожных перевозок более 50 европейскими операторами грузовых перевозок [2]. В корпусе буксового узла полувагона или вагона под специально адаптированной крышкой монтируется электронное

устройство с GPS приемником и четырех диапазонным GSM модемом, а также GPS антенна, GSM антенна и бесконтактный генератор, который приводится во вращение от оси колесной пары. Предусмотрено место для дополнительного входа/выхода, что дает возможность подключения других датчиков.

Схема расположение блоков встроенной системы WagonTracker в корпусе буксового узла приведена на рис.1.

Составляющие системы:

1. Ротор генератора;
2. Статор генератора
3. GSM модем
4. GPS приемник
5. Аккумуляторная батарея и электронная аппаратура
6. GPS антенна
7. GSM антенна

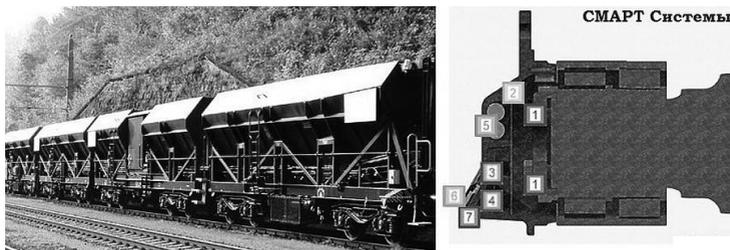


Рисунок 1. Расположение блоков встроенной системы WagonTracker в корпусе буксового узла

Во время движения аккумуляторная батарея подзаряжается от генератора системы. Благодаря этому аппаратура системы GPS/GSM может функционировать непрерывно, предоставляя данные о местоположении конкретного вагона в режиме реального времени с заданным заказчиком интервалом, например через каждые 10 минут [3]. Система WagonTracker обеспечивает точное вычисление пройденного пути по результатам измерения числа оборотов привода генератора. Эти данные могут быть использованы при составлении графика предупредительного технического обслуживания вагонов, что позволяет более точно определить, когда необходимы ремонт либо замена тех или иных компонентов. Измерение пробега может также помочь определить реальный срок окупаемости грузового вагона.

На основе информации, полученной при помощи WagonTracker, проводится подробный анализ времени хода и расчет средней

скорости. Система GPS/GSM предоставляет и некоторые другие данные, включая, например, направление движения, что может потребоваться для определения ориентации в составе поезда специализированных грузовых вагонов или путевых машин. Кроме того, она обеспечивает оперативное уведомление обо всех несанкционированных передвижениях вагона и позволяет отслеживать его местонахождение на различных интернет-сервисах, например Google maps, что способствует оперативному реагированию на действия криминального характера [4].

При использовании поставляемого дополнительно модуля датчиков система WagonTracker может осуществлять мониторинг температуры в режиме реального времени. Приемный сервер, получающий данные с датчиков температуры, может выдавать обработанную информацию в удобной для пользователя форме, например в виде графика изменения температуры груза на протяжении пути следования. WagonTracker оперативно обновляет информацию и точно определяет местонахождение неподвижного вагона и посылает повторное сообщение, когда фиксирует начало движения. Благодаря этому система способна определять время прибытия и отправления вагона в установленных расписанием пунктах, а также продолжительность всех незапланированных остановок. Одной зарядки батареи WagonTracker достаточно для работы оборудования системы в течение нескольких дней стоянки вагона.

Исследовав логистическую деятельность железнодорожных компаний на примере систем отслеживания грузов в онлайн режиме можно сделать вывод, что в настоящее время при активном развитии логистических услуг в сфере перевозок на железнодорожном транспорте, применение систем отслеживания грузов становится неотъемлемой частью логистической деятельности. На сегодняшний день система слежения WagonTracker является наиболее уникальной и перспективной для внедрения в России.

Список литературы:

1. Альбеков А.У., Митько О.А. Коммерческая логистика. Ростов-н/Д.: Феникс, 2002. — 512 с.
2. Единая транспортная система: Учебник для ВУЗов/ под ред. В.Г. Галабурды. М.: Транспорт, 2001. — 303 с.
3. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: учебник. М.: ИНФРА-М, 2001. — 608 с.
4. Общие показатели работы транспорта. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: — URL: <http://transporton.ru/gruzo-passajirskie/83-obshchij-kurs-transporta> (дата обращения: 12.07.2015).

СЕКЦИЯ 6.

ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ПРОЦЕССА ОЦЕНКИ РИСКОВ ПРИ ИНВЕСТИЦИЯХ В РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Дёмкина Оксана Владимировна

аспирант

*Киевского национального университета имени Тараса Шевченка,
Украина, г. Киев*

E-mail: odemki@gmail.com

WAYS OF IMPROVEMENT THE PROCESS OF ESTIMATION THE RISKS OF INVESTMENT IN THE DEVELOPMENT OF A PERSONNEL

Oksana Domkina

*PhD student of Kyiv National Taras Shevchenko University,
Ukraine Kyiv*

АННОТАЦИЯ

Целью статьи является разработка предложений по улучшению процесса оценки рисков, которые могут возникать при инвестициях в развитие персонала предприятия. Для этого автор даёт характеристику таким рискам, классифицирует их, определяет основные методы и сложности, которые могут возникнуть в процессе их оценки. В результате автор представляет своё видение и рекомендации по улучшению этого процесса на предприятиях ИТ сферы. Полученные результаты могут быть применены предприятиями в процессе разработки и управления программы развития персонала, а также в оптимизации распределения ресурсов.

ABSTRACT

The aim of the article is a development of suggestions for the improvement the process of estimation of risks of the investment in the development of personnel. To gain this aim the author presents the characteristics of such risks, its classification, determines the methods and main difficulties that arise in the process of such risks estimation. As a result, the author gives the own view and proposals how to improve this process in IT companies. Obtained results can be used in the process of creation of the programs of personnel development, as well as in the optimization of company's resources.

Ключевые слова: развитие персонала; инвестиции; риски инвестирования в персонал; оценка рисков.

Keywords: personnel development; investment; risks of investment in personnel; risk estimation.

В условиях глобализации и новой экономики всё большее значение приобретают нематериальные ресурсы, а также знания, умения, навыки, профессионализм и компетентность человеческого капитала, ведь именно они становятся основным способом производства и дают возможность получить дополнительные конкурентные преимущества. Именно поэтому развитие человеческого капитала становится одной из основных задач современного мира. На микро-экономическом уровне развитие человеческого капитала реализуется через систему развития персонала предприятия и предприятия играют в этом процессе очень важную роль, поскольку кроме повышения производительности труда, улучшения качества предоставляемых товаров и услуг, увеличивается качество самого человеческого капитала, что имеет не только экономический, но и социальный эффект в долгосрочной перспективе.

Развитие персонала предприятия часто требует дополнительных затрат и по своей сути является инвестицией, поскольку средства вкладываются сейчас для получения результата в будущем. Причём результат таких инвестиций тоже может быть разным, и связан с неопределённостью, рисками. Дополнительная сложность в процессе оценки таких рисков, в отличие от инвестиционных проектов с материальными активами, возникает в связи с необходимостью как-то учитывать человеческий фактор. То есть основной задачей управления такими рисками является нахождение баланса между потенциальными выгодами для предприятия от инвестиций и угрозами потери вложенных средств и/или обученных сотрудников, которые являются

носителями полученных знаний. Исходя из этого, решение этой задачи является очень важным вопросом для предприятий многих сфер и экономики в целом, а также формирует актуальность темы данного исследования.

Вопросами оценки эффективности инвестиций в персонал занимались такие учёные как О.Г. Ваганян, М.К. Ветров, Е.А. Гришнова, А.И. Добрынин, С.А. Дятлов, Е.С. Заклекта-Берестовенко, О.В. Захарова, Д. Киркпатрик, О.Н. Ларин, В. Миронов, Н.Н. Опарина, Х. Топно, Г. Тугускина, Е.Д. Цырёнова, Д. Филлипс, Я. Фитценц. Однако, несмотря на большое количество работ, посвящённых разным аспектам оценки эффективности инвестиций в персонал, вопросы оценки рисков, которые могут возникать при таких инвестициях, рассмотрены недостаточно и нуждаются в дальнейшем изучении.

Под рисками при инвестициях в развитие персонала стоит понимать объективно-субъективную категорию деятельности хозяйственного субъекта, которая характеризуется вероятностью получения дополнительных конкурентных преимуществ и экономической выгоды, а также вероятностью частичной или полной утраты инвестированных средств в зависимости от того, насколько эффективна оценка и управление факторами неопределённости, связанными с персоналом предприятия, а также факторами внешней и внутренней среды.

Факторы неопределённости, которые могут быть причиной рисков, мы предлагаем разделить на три группы:

1. Факторы, связанные с сотрудником (мотивация, результаты работы, уровень компетенций, личные причины);
2. Факторы, связанные с предприятием (система развития персонала на предприятии, согласованность стратегий развития персонала с общей стратегией предприятия, оплата труда, уровень корпоративной культуры, интересность работы, трудовой коллектив, возможности карьерного роста);
3. Факторы, связанные с внешней средой (ситуация на рынке труда, ситуация на рынке образовательных услуг, деятельность конкурентов, технологическое развитие, экономическая и политическая ситуация в стране, глобальные изменения).

Такое разделение факторов способствует, на наш взгляд, более эффективному анализу причин рисков и их источников, а также позволяет направить внимание и ресурсы туда, где они больше всего нужны. Кроме того, анализ и оценка рисков инвестирования в персонал может быть также источником получения конкурентных преимуществ, так как позволяет определить и сильные стороны предприятия, которые можно с этой целью развивать.

Также можно выделить следующие риски, которые могут возникнуть при инвестициях в развитие персонала:

1. Риск досрочного ухода сотрудника — риск того, что обученный предприятием сотрудник уволится до того, как инвестированные в него средства окупятся и начнут приносить прибыль.

2. Риск неэффективного обучения — риск того, что предприятие выберет не подходящую программу обучения, которая не принесёт никаких конкурентных преимуществ или будет иметь только временный эффект, а также риск того, что персонал, в который были вложены средства, не усвоит должным образом знания, и как результат, не увеличится продуктивность труда.

3. Риск несогласованности программы по развитию персонала с общей стратегией предприятия — риск того, что предприятие не связывает свои стратегические цели с планом развития персонала, который эти цели должен достигать.

На данный момент в научной литературе существует множество методов оценки эффективности инвестиций в персонал, самым распространенным из них являются методы NPV и ROI проекта [1; 2; 3]. По этим показателям можно определить является ли проект по развитию персонала окупаемым. Однако на практике часто возникают ситуации, когда вложения в персонал происходят не в рамках проекта, а на регулярной основе, да и оценить возможные будущие денежные потоки бывает очень сложно. Поэтому для решения этой задачи нами был разработан экспертный метод, который основан на методе анализа иерархий, и который позволяет учитывать ключевые факторы риска и оценивает общий уровень риска инвестирования развития персонала для предприятия. Для применения и тестирования этого метода мы провели исследование среди предприятий сферы информационно-коммуникационных услуг (ИТ) на украинском рынке. Результаты показали, что наибольший вес факторов риска имеет группа, относящаяся к факторам внутренней среды (0.4 пункта), то есть к предприятию, в особенности фактор интересности работы и фактор согласованности стратегий развития предприятия и персонала. Второй по величине группой факторов является группа, относящаяся к сотрудникам (0.35 пунктов). А группа факторов внешней среды имеет 0.25 пунктов соответственно. Причём факторы из этой группы такие как ситуация в ИТ сфере, технологическое развитие и деятельность конкурентов имеют наибольший вес.

Проанализировав результаты исследования, мы выделили некоторые рекомендации по улучшению процесса оценки рисков инвестирования в развитие персонала предприятия сферы ИТ:

1. По результатам проведённого исследования многие ИТ предприятия оценивают эффективность инвестиций в развитие персонала, но лишь некоторые оценивают риски, которые при этом могут возникнуть. Часто это объясняется отсутствием знаний в этой области. Поэтому проблемы оценки рисков при инвестировании в развитие персонала нуждаются в дальнейшей теоретической проработке, а также донесении существующих достижений в этой сфере до специалистов-практиков.

2. Поскольку сфера ИТ является ярким представителем экономики знаний и успех ИТ предприятия очень сильно зависит от качества персонала, который на нём работает, то оценку рисков при инвестициях в развитие персонала стоит проводить регулярно и часто. Такой подход позволит оперативно отслеживать возможные проблемы, их источники, а также найти пути решения.

3. В ходе проведения интервью со специалистами по развитию персонала на ИТ предприятиях выяснилась необходимость наличия удобного и эффективного инструмента оценки исследуемых рисков, то есть методики не должны быть сложными для использования, прежде всего должны иметь удобный интерфейс и описаны простым и понятным языком, но в то же время, быть научно обоснованными.

4. Для большей эффективности использования разработанной методики стоит проводить обучающие семинары для специалистов по развитию персонала, которые объясняли бы суть метода. Также наличие взаимного диалога — научного подхода и практического взгляда на проблему оценки рисков позволило бы создать наиболее эффективный метод для решения этой задачи.

5. Кроме того, большая открытость предприятий к сотрудничеству и предоставлению информации для исследования имела бы позитивный эффект, так как было бы проще собрать данные и, соответственно, улучшить валидность результатов.

Подводя итоги, стоит отметить, что необходимость оценки рисков при инвестировании в развитие персонала предприятия продиктована текущей необходимостью рационального использования ресурсов, повышением эффективности процесса развития персонала, а также возможностью получения конкурентных преимуществ для предприятия.

Наличие человеческого фактора при инвестировании в развитие персонала предприятия сильно сужает круг возможных методов

оценки таких рисков, а также добавляет субъективности в этот процесс. Поэтому дальнейшая научная работа и поиск методов в этом направлении, а также конструктивная критика разработанного нами подхода дадут возможность улучшить существующие наработки и создать наиболее эффективный метод оценки исследуемых рисков.

Список литературы:

1. Добрынин А.И. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования / Добрынин А.И., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. СПб.: Наука, 2008. — 309 с.
2. Topno H. Evaluation of Training and Development: An Analysis of Various Models // Journal of Business and Management, — 2012. — Vol. 5 — № 2. — P. 16—22.
3. Fitz-enz J. The ROI of human capital: measuring the economic value of employee performance, AMACOM/American Management Association, 2009.— 336 p.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЖЕЛЕЗОБЕТОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

Козлова Елена Викторовна

*канд. экон. наук, ст. преподаватель
филиала РГСУ в г. Каменске-Шахтинском,
РФ, г. Каменск-Шахтинский
E-mail: ekozlova7@yandex.ru*

THE MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING THE PRODUCTIVITY OF ENTERPRISES FOR THE PRODUCTION OF CONCRETE PRODUCTS

Elena Kozlova

*candidate of economic sciences, senior lecturer
of RSSU branch in the city of Kamensk-Shakhtinskiy,
Russia, Kamensk-Shakhtinskiy*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются направления роста производительности труда на предприятии.

ABSTRACT

The article discusses the direction of growth of labour productivity in the enterprise

Ключевые слова: производительность труда; эффективность; мотивация; социальный пакет.

Keywords: productivity; efficiency; motivation; social package.

В условиях глобализации, регионализации и возрастающей межрегиональной конкуренции необходимым условием успешного функционирования предприятий выступает совершенствование управления их деятельностью. Руководство предприятий должно постоянно решать возникающие задачи разработки стратегии и тактики развития организации. В связи с этим, важную роль играет своевременное принятие и оперативное исполнение управленческих решений на основе результатов проведенного экономического анализа деятельности предприятий. При этом одним из необходимых факторов повышения эффективности функционирования предприятия выступает рост производительности труда как условия снижения издержек производства, повышения качества производимой продукции и получения предприятием желаемого конкурентного преимущества.

Производительность труда как экономическая категория представляет собой результативность и эффективность использования труда. Целесообразно создавать необходимые условия для повышения производительности труда и поддержания ее постоянного роста на предприятии.

Все многообразие факторов роста производительности труда можно сгруппировать и структурировать по следующим группам: факторы основного капитала, социально-экономические факторы, организационные факторы [3, с. 34].

К социально-экономическим факторам относят состав и качество работников, условия труда на предприятии, отношение работников к труду и т. д. При этом производительность труда зависит не только от способностей работника, но и от его знаний, возраста, состояния здоровья и иных причин. Каждому работодателю важно найти такого работника, чья работоспособность и, соответственно, производительность труда были бы потенциально выше средних. Для отбора

работников используют систему собеседований, оценку качества труда, аттестацию.

Организационные факторы охватывают целый комплекс мер по организации труда и управления, менеджмента персонала. Совокупность социально-экономических факторов также многообразна. Они включают психофизиологические, социальные, экономические факторы. Рассмотрим каждый из них.

Психофизиологические факторы представляют собой совокупность факторов, обеспечивающих наиболее благоприятные условия для нормального функционирования рабочей силы. В частности, к ним можно отнести режим рабочего и внерабочего времени, трудоемкость работ, заболеваемость, санитарно-гигиенические условия труда и другие факторы, учитывающие возможности человека и обеспечивающие сохранность и укрепление здоровья работников.

Социальные факторы раскрывают содержание условий труда и производства, пол, возраст, квалификацию, стаж работы, образование, креативность работников, содержательность и привлекательность труда, трудовую дисциплину.

Экономические факторы отражают уровень руководства предприятиями и направлены на совершенствование оплаты труда и материального стимулирования его качества. В частности, это факторы уровня организации заработной платы, морального и материального стимулирования труда.

Для предприятий по производству железобетонных изделий можно выделить следующие основные направления повышения производительности труда:

1. Совершенствование организации производства и труда, в контексте ликвидации потерь рабочего времени, повышения эффективности организации производственных, ремонтных работ, квалификации работников, совершенствования системы мотивации персонала.

2. Повышение технического уровня производства, в частности, интенсификация технологических процессов, механизация ремонтных и трудоемких работ, повышение эффективности использования технологических установок, внедрение новых технологий, процессов.

Потенциал роста производительности труда за счет повышения эффективности использования рабочего времени заключаются в ликвидации его потерь. Для того, чтобы определить возможности увеличения производительности труда за счет ликвидации потерь рабочего времени, необходимо провести анализ фактического баланса рабочего времени и сравнить его с плановым с помощью фотографий

рабочего дня. После этого возможно определить причины потерь рабочего времени и разработать соответствующие рекомендации.

Совершенствование организации производственных, ремонтных работ, условий труда на предприятиях по производству железобетонных изделий предполагает снижения шума и вибрации, которые могут быть достигнуты за счет использования современных высокочастотных вибраторов, а также технологии экструзии бетонной смеси. Применение замкнутого цикла тепловлажностной обработки и использование для прогрева горячей воды способствует уменьшению длительности процесса испарения. Для снижения вредных выбросов в окружающую среду объективно необходимо применение метода рециклинга, представляющего собой сбор всех отходов бетона, а также воды от мойки в отведенные резервуары с последующим отделением воды для ее вторичного использования при приготовлении бетонной смеси, а остатков песка и щебня — для переработки в бетон. На цементных silосах необходимо применение современных фильтров, препятствующих выбросам цементной пыли.

Повышение квалификации работников также выступает потенциальным резервом роста производительности труда. Система повышения квалификации в условиях высококонкурентной среды включает различные курсы, в частности, производственно-технические курсы, курсы обучения вторым и совмещаемым профессиям, курсы целевого назначения по изучению новых изделий, оборудования, технологии.

Система мотивации труда представляет собой сложный процесс взаимодействия внутренних побудительных сил, прежде всего, потребностей, интересов, ценностей, и внешних воздействий, которые формируют мотивы труда [1, с. 27]. Несмотря на многообразие различных форм стимулирования трудовой деятельности, вознаграждение занимает в этом комплексе особое место. При этом вознаграждение подвержено влиянию различных факторов. Объективными факторами выступают положение организации на рынке, высококонкурентная среда функционирования, влияние государства и профсоюзов, технологический уровень производства. В качестве субъективных факторов выступают потребности, ценности, интересы работников и реальное экономическое положение. Динамичность развития данных факторов обуславливают постоянное внимание к этой форме стимулирования. Уникальность каждого предприятия, особенности персонала определяют необходимость формирования системы вознаграждения, в наибольшей степени учитывающей особые черты,

как самого предприятия, так и его окружения, работающего в нем персонала.

Материальное вознаграждение, как известно, связано с финансовыми расходами, поэтому при формировании системы материального вознаграждения важно оптимизировать соотношение затрат и выгод от повышения результативности трудовой деятельности персонала предприятия. Структура материального вознаграждения разнообразна. В частности, она включает все виды денежных выплат, которые применяются на предприятии — заработная плата, надбавки и доплаты, премии, бонусы, участие в прибылях, отсроченные платежи, участие в акционерном капитале, а также все формы материального неденежного вознаграждения, прежде всего, социальные выплаты и льготы (социальный пакет).

Предоставление социального пакета представляет собой определенный способ удержания наиболее ценных сотрудников, когда размер денежного вознаграждения приблизительно соответствует среднерыночному, а конкуренция осуществляется именно за счет дополнительных льгот. Социальные льготы являются особой формой участия сотрудника в экономическом успехе организации. В современной экономике условием успеха организации является не только максимизация прибыли, но и социальное обеспечение сотрудника, способствующее развитию его личности.

В качестве инструментов нематериального вознаграждения выступают морально-психологическое стимулирование, стимулирование свободным временем, профессиональным и личностным развитием, участие в управлении, проектирование рабочего места, обращение к наиболее значимым для работника ценностям.

Разработка системы материального стимулирования заключается в категоризации персонала предприятия, описании, проведении анализа рабочих мест или должностей, оценке, классификации рабочих мест по степени ценности каждого из них внутри предприятия, определении постоянной части оплаты труда, то есть базовых окладов, надбавок и доплат, разработку ее переменной части, то есть системы премирования [2, с. 217].

Социальный пакет как способ обеспечения трудоспособности и отдачи персонала представляет собой эффективное средство внутреннего PR, направленное на повышение преданности работников предприятия, вызывающего у них чувство защищенности и заботы. Предоставление социального пакета постепенно становится частью имиджа успешного предприятия, его долгосрочной перспективы деятельности.

Относительно роста производительности труда за счет интенсификации технологических процессов можно отметить следующее. Интенсификация технологических процессов при производстве бетонных и железобетонных изделий как таковая предполагает увеличение скорости его протекания, следствием чего является рост производительности за единицу времени.

В частности, технология ускорения твердения бетона на основе использования инфракрасных поверхностных нагревателей — термоэлектрических матов. Прогрев бетона термоэлектрическими матами позволяет осуществить многоразовое ускорение твердения бетона, то есть способствует ускорению процесса производства. При нагреве бетона термоэлектрическими матами процесс активного твердения происходит по всему объему бетона одновременно. Инфракрасное излучение глубоко проникает в массу бетона и локализуется в объеме, ограниченном опалубкой, за счет чего достигается экономичность процесса по сравнению с пропариванием и внешним подогревом.

Следующим направлением роста производительности труда на предприятиях по производству железобетонных изделий выступает механизация ремонтных и трудоемких работ. Несоответствующая правилам эксплуатация и низкое качество ремонтных работ могут быть причиной частых ремонтов оборудования, способствующих снижению мощности предприятия.

Направлениями повышения качества ремонтов, потенциалом уменьшения затрат времени на их проведение и обеспечение надежности работы оборудования выступают централизация и механизация ремонтов, унификация деталей и узлов оборудования, совмещение профессий и расширение функций ремонтного и эксплуатационного персонала, бесперебойное и комплексное обеспечение ремонтов запасными частями, материалами, средствами механизации и инструментом, совершенствование планирования ремонтов.

Таким образом, основными направлениями роста производительности труда предприятий по производству железобетонных изделий являются: совершенствование организации производства и труда, в частности, ликвидация потерь рабочего времени, повышение эффективности организации производственных, ремонтных работ, квалификации работников, изменение системы мотивации персонала, а также интенсификация технологических процессов, механизация ремонтных и трудоемких работ, внедрение новых технологий, процессов.

Список литературы:

1. Козлова Е.В., Бердник-Бердыченко Е.Е. Концептуальные основы системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала организации // Социальная политика и социология. — 2013. — № 6, том 2. — С. 25—34.
2. Козлова Е.В. Компенсационная корпоративная политика оплаты труда как способ мотивации персонала // Экономика и современный менеджмент: теория и практика / Сборник статей по материалам XIII международной научно-практической конференции. № 11 (43). Новосибирск: СибАК, 2014, — 252 с. — С. 215—220.
3. Складская В.А. Экономика труда: учебник для бакалавров / В.А. Складская М., 2014. — 304 с.

СЕКЦИЯ 7.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Дугарова Елена Сергеевна

*студент Восточно-Сибирского государственного
университета технологии и управления,
РФ, г. Улан-Удэ*

E-mail: D6136151s@mail.ru

Бартаева Ольга Владимировна

*канд. экон. наук, ст. преп. кафедры «Экономическая теория,
национальная и мировая экономика» Восточно-Сибирского
государственного университета технологий и управления,
РФ, г. Улан-Удэ*

E-mail: olbazzh@mail.ru

IMPROVING THE PLANNING AND EXECUTION OF THE MUNICIPAL BUDGET

Elena Dugarova

*student
of the East-Siberian State University of Technology and Management,
Russia, Ulan- Ude*

olga Bartaeva

*candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer at the Department
of Economic theory, national and world economics
of the East-Siberian State University of Technology and Management,
Russia, Ulan- Ude*

АННОТАЦИЯ

В статье проведено исследование доходной и расходной части бюджета муниципального образования на примере г. Улан-Удэ. Произведен сравнительный анализ бюджетных поступлений и расходных обязательств с 2012 по 2014 гг. Особое внимание обращается на проблемы планирования и эффективности исполнения расходных обязательств, предлагаются пути решения проблемы стабилизации городского бюджета.

ABSTRACT

The article is devoted to the planning and execution of the revenue and expenditure sides of the Ulan-Ude city budget. A comparative analysis of budget revenues and spending obligations in the period of 2012 to 2014 is made. Special attention is paid to the problem of planning and the effectiveness of the execution of city budget obligations. The ways to improving the city's budget are suggested.

Ключевые слова: муниципальный бюджет; налоги; трансферты; планирование; исполнение; дефицит; муниципальный долг; пути совершенствования.

Keywords: municipal budget; taxes; transfers; planning; execution; deficit; municipal debt; ways to improve.

В современной экономической системе особое место занимает развитие местного самоуправления. Все большее значение приобретает связь между населением и местной властью для решения вопросов жизнеобеспечения, удовлетворения потребностей и интересов граждан. Такие вопросы напрямую связаны с организацией финансовой базы местных органов власти, то есть местный бюджет является одним из основных каналов доведения до населения конечных результатов производства. Необходимость обеспечения результативности и эффективности бюджетных расходов в РФ, а также улучшение финансовой самостоятельности местных бюджетов требует повышенного внимания. Выявление и реализация путей совершенствования позволит последовательно осуществить главную стратегическую задачу местного самоуправления — повышение уровня и качества жизни населения [2].

В качестве примера был проанализирован бюджет г. Улан-Удэ с 2012 г. по 2014 г.

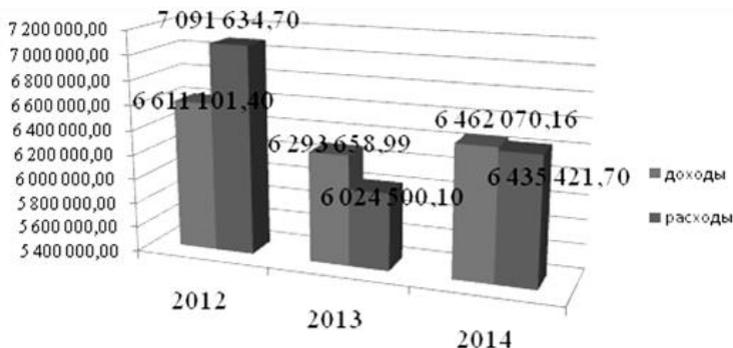


Рисунок 1. Динамика доходов и расходов бюджета г. Улан-Удэ, руб.

Как видно на рис. 1, на протяжении последних трех лет бюджетные поступления и расходы развивались динамично. Следует заметить, что если в 2012 г. бюджет был несбалансирован, расходы значительно превышали доходы, то в последующие два года доходы стали покрывать расходы бюджета. В 2012 г. фактические доходы составляли 6 611 101,40 тыс. руб., план был выполнен на 100,5 %, в 2013 году доходы составляли 6 293 658,99 тыс. руб., план был выполнен на 97 %, в 2014 году доходы составляли 6 462,070,16 тыс.руб., план был выполнен на 102,9 %.

Доходы городского бюджета складываются из двух составляющих — собственные доходы и межбюджетные трансферты (рис. 2).

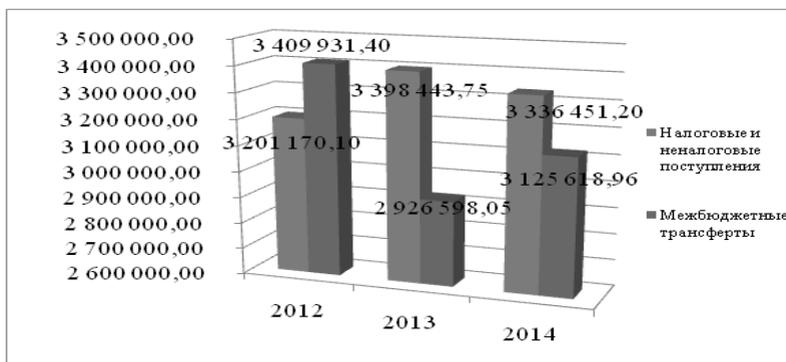


Рисунок 2 Диаграмма собственных поступлений и межбюджетных трансфертов города Улан-Удэ за 2012—2014 гг., руб.

Основными источниками собственных доходов являются три главных налога: налог на доходы физических лиц, единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности и земельный налог.

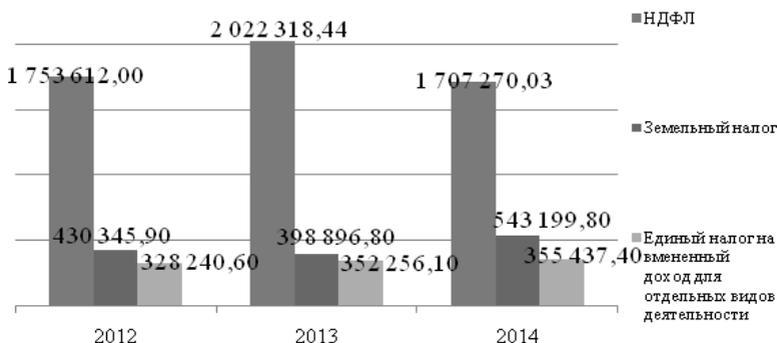


Рисунок 3 Динамика поступлений в бюджет города Улан-Удэ основных налогов с 2012—2014 гг., руб.

Анализ данных позволяет предположить, что в 2013 г. экономика города Улан-Удэ получила толчок к развитию благодаря увеличению доходов населения. Значительную роль в улучшении состояния городского бюджета сыграли доходы от управления муниципальной собственностью, что может свидетельствовать о повышении эффективности управления этой сферой (см. табл. 1).

Таблица 1.

Доходная часть бюджета г. Улан-Удэ за 2012—2014 гг.

Наименование	План, 2012 г., тыс.руб.	Факт, 2012 г., %	План, 2013 г., тыс.руб.	Факт, 2013 г., %	План, 2014 г., тыс.руб.	Факт, 2014 г., %
ДОХОДЫ, всего	6 577 781,9	100,5	6 471 869,3	97	6 280 768,7	102,9
Налоговые и неналоговые доходы	3 141 136,7	101,9	3 299 969,6	103	3 152 149,7	105,8
Налоги на прибыль, доходы	1 737 163,8	100,9	1 983 717,6	102	1 575 119,7	108,4
Налоги на совокупный доход	330 060,0	100,1	363 250,0	100	367 838,1	101,6
Налоги на имущество	449 436,0	100,4	427 450,0	101	543 800,0	106

Государственная пошлина	44 483,0	107,1	50 670,7	114	89 300,0	101,5
Доходы от использования муниципального имущества	180 431,0	106,6	166 533,4	105	240 389,8	101,3
Платежи при использовании природными ресурсами	10 734,7	103,6	11 669,7	105	9 287,8	110,7
Доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства	1 249,3	111,1	3 250,0	109	4 735,0	103,5
Доходы от продажи материальных и нематериальных активов	281 773,2	103,7	185 700,0	115	202 370,5	101,4
Штрафы, санкции, возмещение ущерба	49 684,5	110,5	50 887,0	106	36 715,0	106,5
Прочие неналоговые доходы	56 121,2	118,1	56 841,2	110	77 102,9	106,8
Безвозмездные поступления	3 436 645,2	99,2	3 171 899,7	91	3 128 619,0	99,9

Источник: составлено автором по данным Комитета по финансам Администрации города Улан-Удэ

Большую роль в бюджете города играют межбюджетные трансферты, однако течение последних 2 лет объем их поступления уменьшается, в связи с чем все большую значимость приобретают поступления собственных доходов.

Таблица 2.

Динамика межбюджетных трансфертов с 2012 по 2014 гг. (тыс.руб)

№	Наименование	2012	2013	2014
1	Дотации	45 627,00	500,60	4 277,60
2	Субсидии	1 267 049,00	1 591 117,00	1 275 780,20
3	Субвенции	2 026 443,00	1 297 378,00	1 818 787,50
4	Иные межбюджетные трансферты	147 546,00	37 602,00	38 721,30
5	Возврат остатков субсидий, субвенций прошлых лет	-76 655,00	- 8 422,40	- 12 628,80
6	Итого	3 410 011,40	2 895 215,00	3 125 619,00

В 2012 и 2014 гг. план по межбюджетным трансфертам выполнялся практически на 100 %. В 2013 году можно заметить уменьшение объема фактических поступлений (97 % от плана). Это объясняется тем, что ожидаемые безвозмездные поступления от государственной корпорации «Фонд содействия реформирования жилищно-коммунального хозяйства» в виде субсидий на обеспечение мероприятий по капитальному ремонту многоквартирных домов, перенаселению граждан из аварийного жилищного фонда и модернизации систем коммунальной инфраструктуры были выделены в размере 58 млн. 477,6 тыс. руб., от утвержденных по плану 194 млн. 925,3 тыс. руб. [3].

В течение последних трех лет самым большим источником поступления межбюджетных трансфертов являлись субвенции, передаваемые бюджетам городских округов на выполнение полномочий, ранее относящихся к другим субъектам Российской Федерации.

Стабильное исполнение доходов бюджета свидетельствуют, что реализация программы социально-экономического развития города Улан-Удэ и осуществление функций главных администраторов доходов бюджета выполнялись в 2013—2014 гг. успешно.

В ходе исследования расходной части, было выявлено, что расходы города, так же как и доходы, имеют значительную динамику. В 2012 году — 7 млрд. 31 млн., в 2013 году — 6 млрд. 24 млн., в 2014 году — 6 млрд. 435 млн. По утвержденному плану расходы превышают доходы. На обеспечении городского бюджета состоит множество сфер, которым необходимо не только функционировать, но и положительно развиваться. Основные расходы бюджета направлены на обеспечение таких социально значимых сфер, как образование и жилищно-коммунальное хозяйство, которые находятся в процессе реформирования (Рис. 1).

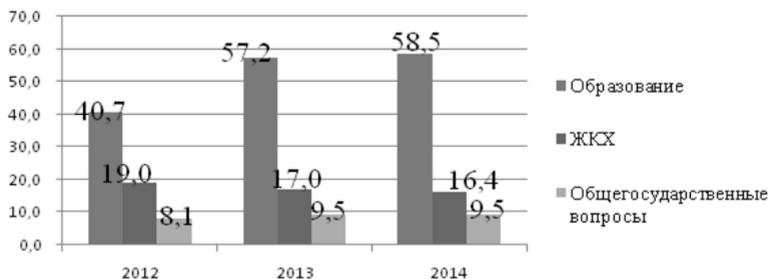


Рисунок 4 Основные сферы расходной части бюджета города Улан-Удэ за 2012—2014 гг. в процентах

Таблица 3.

Невыполненные расходные обязательства

	2012		2013		2014		
	утверж- дено	% испол- нения по плану	утверж- дено	% испол- нения по плану	утверж- дено	% испол- нения по плану	исполнено
Судебная власть	470,3	58,4	186	86,7	158,2	52,2	82,6
Дорожное хозяйство	468 764,6	95,5	354 891,20	68,2	234 128,8	98,7	231 128,8
Жилищное хозяйство	285 858,30	83,8	490 737,50	41,6	555 603,9	67	372 262,4
Благо- устройство	912 902,70	98	534448	99,4	669379	79,6	532546
Охрана окружающей среды	720,00	8,3	660	100	13 298,8	30,5	4 055,3
Культура	126 159,30	100	151 743,70	99,9	182 011,90	90	163 719,90
Социальное обеспечение	41 851,00	93,4	38 172,70	86,9	32 955,90	85,9	28 310,70

Источник: составлено автором по данным Комитета по финансам Администрации г. Улан-Удэ

Следует заметить, что фактические расходы бюджета по некоторым сферам не соответствуют плану (табл. 3). Этот факт говорит о недостаточно качественной работе администраторов бюджетных средств в данных сферах и о необходимости совершенствования механизма контроля исполнения расходной части со стороны исполнительных органов — получателей бюджетных средств.

Таким образом, сопоставив все данные, можно сделать вывод, что на текущий момент бюджет города Улан-Удэ представляет сложную финансовую систему, требующая значительных расходов и соответствующих доходов. При стопроцентном исполнении плана расходов по всем сферам, которые являются необходимыми, общая сумма доходов не смогла бы покрыть расходы города. Однако то, что в последние два года (2013, 2014 гг.) самостоятельные доходы превышают межбюджетные трансферты, дает надежду на возможность перспективного развития и решения существующих проблем города при дальнейшем совершенствовании планирования и исполнения бюджета.

Проследив функционирование бюджетной системы города Улан-Удэ на протяжении трех лет, выявлена главная проблема, которая отражается на всей работе бюджета — это несбалансированность бюджета в сторону его дефицита. Многие годы присутствует плановый дефицит бюджета, то есть превышение расходов бюджета над его доходами. Несбалансированность бюджета объясняется многими причинами.

Во-первых, система планирования бюджета не является результативной. Уже при составлении бюджета выявляется дефицит.

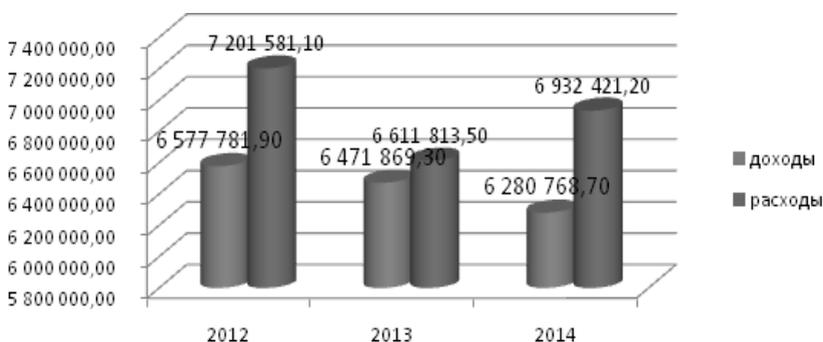


Рисунок 2. Плановый бюджет города Улан-Удэ с 2012—2014 гг.

На диаграмме наглядным образом отражено состояние планового бюджета в городском округе Улан-Удэ с 2012 по 2014 гг. Как видно, плановые расходы значительно превышают плановые доходы (табл. 4).

На 2012 год Уточненный план по доходам бюджета, плановый дефицит составил 623,8 млн. рублей. На 2013 год Уточненный план по доходам бюджета год составил 6 млрд. 471 млн. руб. 869,3 тыс. руб., плановый дефицит — 139,94 млн. рублей. На 2014 год Уточненный план по доходам бюджета составил 6 млрд. 280 млн. 768,7 тыс. руб., плановый дефицит — 651,65 млн. рублей.

Таблица 4.

**Плановые и фактические данные по доходам бюджета города
Улан-Удэ за 2012—2014 гг.**

Наименование	2012	2013	2014
Уточненный план	6 577 781,9 тыс.руб	6 471 869,3 тыс.руб	6 280 768,7 тыс.руб
Исполненный план	6 611 101,4 тыс. руб.	6 293 658,99 тыс. руб.	6 462 070,16 тыс. руб.
Дефицит	623,8 млн. рублей	139,94 млн.рублей.	651,65 млн.рублей

Источник: составлено автором по данным Комитета по финансам Администрации г. Улан-Удэ

По итогам работы исполнительных органов, можно судить, что законодательные органы власти при составлении расходной части не ориентируются на имеющиеся доходные средства, так как план на расходы существенно превышает бюджетные поступления. Несомненно, каждая сфера в городском округе Улан-Удэ требует значительного внимания и определенного количества бюджетных средств, но такое распределение определяет бюджет как дефицитный. Чтобы избежать данной ситуации, разработка стратегического планирования бюджета должна учитывать все минусы прошлых лет, опираться на методы планирования и прогнозирования, а также достижений информационных технологий.

Вторая причина несбалансированного бюджета города Улан-Удэ — это увеличение муниципального долга, которое было вызвано привлечением займов у кредитных организаций и других бюджетов бюджетной системы РФ.

По состоянию на 01.01.15 г. объем составил 2 423 411,6 тыс. руб., по сравнению с прошлым годом увеличился на 201 439,5 тыс. руб. или

на 0,6 % [4]. Органы муниципального образования вынуждены заключать сделки по кредитам, чтобы оплатить задолженности прошлых лет. Муниципальный долг по своей сущности является серьезной проблемой [1]. А в случае городского округа Улан-Удэ дает тяжелую финансовую нагрузку на бюджет, так как его размер приближается к сумме собственных доходов города. Решение этой проблемы требует больших усилий, но они необходимы, так как принесут значительное улучшение и стабилизацию экономики города.

В-третьих, несбалансированность бюджета определяется поступлением недостаточного объема доходов. Заметно снижение объема межбюджетных трансфертов, которое, очевидно, будет все нарастать. Из-за низкой платежеспособности налогоплательщиков города, еще более снижающейся в современных условиях, существует угроза дальнейшего уменьшения доходной части бюджета.

В качестве четвертой причины следует назвать недостаточную эффективность работы муниципальных органов по исполнению бюджета, из-за чего поставленные цели по некоторым сферам были реализованы не в полном объеме. Свою негативную роль в этой области оказывает постоянное появление новых распоряжений и указов вышестоящих органов власти, из-за которых происходит изменение в управлении текущем бюджетом.

Целью совершенствования планирования и исполнения бюджета г. Улан-Удэ является сбалансированный бюджет. Доходная часть бюджета и расходная часть должны совпадать в цифровом значении, при этом обеспечивая необходимое качество жизни населению города. Но чтобы расплатиться с долговыми обязательствами, изначально необходимо стремиться к увеличению доходов.

Предлагается применить следующие варианты стабилизации бюджета Улан-Удэ:

1. Постоянное совершенствование системы планирования. В настоящий момент органы местного самоуправления переходят на более сконцентрированное планирование расходной части (программно-целевое планирование), но оно требует дальнейшего улучшения для эффективного исполнения бюджетных обязательств.

2. Расширение налогооблагаемой базы и рост собираемости налогов. Увеличения собственных доходов городского округа Улан-Удэ очень важно для достижения целевых показателей. Чтобы достичь социально-экономической стабилизации в кратчайшие сроки, необходимо провести корректировку бюджетного и налогового законодательства. Следует рассмотреть возможность передачи в доходы местных бюджетов на постоянной основе ряд федеральных

(республиканских) налогов, развитие налоговой базы которых прямо зависит от деятельности органов местного самоуправления. Главный упор нужно делать на косвенные, а не прямые налоги. Как вариант предлагается передать транспортный налог с физических лиц, проживающих в городе Улан-Удэ. В 2014 году данный налог составлял в республиканском бюджете 341 млн. 611 тыс. 936,15 рублей. Этот налог имеет значительную сумму и выступает как наилучшее предложение для повышения собственных доходов.

Увеличение налогооблагаемой базы должно быть связано с повышением уровня жизни населения, экономического развития города, развитием предпринимательства, а именно улучшения инвестиционного климата города. Реализация указанного направления приведет к притоку инвестиционных ресурсов, что будет способствовать оздоровлению экономики города, созданию новых рабочих мест, повышению уровня и качества жизни населения, пополнению местного бюджета через налоги и решению социально-экономических проблем.

3. Передача с местного на региональный или федеральный уровень определенных расходных полномочий (либо сокращение объема расходных полномочий местного бюджета). Хотя и на сегодняшний день расходные обязательства представляют собой сформированный комплекс целей и задач и заключены в 10 муниципальных программ, такой вариант даст возможность облегчить ситуацию с дефицитом местного бюджета.

4. Снижение кредитной задолженности путем увеличения средств на выплату муниципального долга, а также уменьшения привлечений кредитных займов в будущем (что возможно только в случае увеличения доходной части бюджета).

5. Недостаточную эффективность работы муниципальных органов по исполнению бюджета можно исправить с помощью:

5.1. Повышения качества работы путем совершенствования системы контроля работы муниципальных служащих;

5.2. Развития кадрового потенциала;

5.3. Совершенствование организации и управления на муниципальном уровне.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Даже несмотря на то, что в бюджете г. Улан-Удэ сейчас нет фактического дефицита, бюджет находится в трудном положении. Особую роль играет муниципальный долг, который не уменьшается, а только растет и приближается к цифре равнозначной собственным доходам бюджета города. Это отрицательно влияет на качество жизни населения,

повышает вероятность банкротства муниципального образования и ухудшает перспективы дальнейшего социально-экономического развития. Для решения этого вопроса требуются общие усилия региональных и местных властей.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 26.12.2014, с изм. от 08.03.2015) // «Российская газета», № 153—154. — 12.08.1998.
2. Грачева Е.Ю. Финансовое право России: учебник для вузов. М.: ТЕИС, 2013. — С. 423.
3. Официальный сайт — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ulan-ude-eg.ru/industry/finans_budget/execution/. (дата обращения 11.06.2015).
4. Решение от 05.12.2013 № 767–66 О бюджете городского округа «город Улан-Удэ» на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов // Муниципальный вестник города Улан-Удэ. — № 49/1(49). — 20.12.2013.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Научное издание

**«ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ
МЕНЕДЖМЕНТ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»**

Сборник статей по материалам
LI-LII международной научно-практической конференции

№ 7-8 (51)
Август 2015 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 11.08.15. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 8,375. Тираж 550 экз.

Издательство «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 4.
E-mail: mail@sibac.info

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3