



СибАК
www.sibac.info

**XII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО
СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ**



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2013



МАТЕРИАЛЫ XII СТУДЕНЧЕСКОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Новосибирск

2013

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

Председатель редколлегии:

Дмитриева Наталья Витальевна — канд. мед. наук, д-р психол. наук, профессор, академик Международной академии наук педагогического образования.

Редакционная коллегия:

Елисеев Дмитрий Викторович — канд. техн. наук, доцент Института развития дополнительного профессионального образования. Бизнес-консультант, Академия менеджмента и рынка. Директор по управленческому консалтингу, СРО НП «ДелоТелеКом»;

Желнова Кристина Владимировна — канд. экон. наук, ассистент Воткинский филиал «Удмуртский государственный университет»;

Леонидова Галина Валентиновна — канд. экон. наук, доцент, заведующий лабораторией исследований проблем трудового потенциала ФГБУН Института социально-экономического развития территорий РАН;

Наконечный Дмитрий Иванович — преподаватель Московской бизнес-школы, практик, бизнес-консультант;

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

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:
материалы XII студенческой международной заочной научно-практической конференции. (08 октября 2013 г.) — Новосибирск: Изд. «СибАК», 2013. — 346 с.

ISBN 978-5-4379-0347-4

Сборник трудов XII студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

ББК 65.050

ISBN 978-5-4379-0347-4

© НП «СибАК», 2013.

Оглавление

Секция 1. Маркетинг	9
СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ТУРФИРМЫ	9
Беспалова Дарья Владимировна Вишневер Вадим Яковлевич	
ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ	14
Нагибин Георгий Вадимович Карамова Ольга Владимировна Комаров Алексей Валерьевич	
АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МНОГОФАКТОРНОЙ МОДЕЛИ	19
Швалева Мария Петровна Суворова Виктория Васильевна	
Секция 2. Менеджмент	32
АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОТДЕЛЕНИЯ ОАО «УРАЛСИБ» В Г. МАГНИТОГОРСКЕ)	32
Алексеев Денис Евгеньевич Кузнецова Нина Владимировна	
ОРГАНИЗАЦИЯ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ РУКОВОДИТЕЛЯ	41
Доронина Дарья Валерьевна Советова Надежда Павловна	
МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА РАБОТНИКОВ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	47
Кристалинская Ольга Михайловна Стуканова Ирина Петровна	
ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	56
Раенко Евгения Владимировна Погудина Евгения Юрьевна	
ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ GR-МЕНЕДЖМЕНТА	64
Туаев Валерий Олегович Стуканова Ирина Петровна	
ЗАДАЧИ И МЕТОДЫ РИСК МЕНЕДЖМЕНТА	70
Яковлева Ксения Олеговна Стуканова Ирина Петровна	

Секция 3. Регионоведение	77
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ: ФАКТОРЫ РОСТА Иванов Дмитрий Сергеевич Васильева Нелли Николаевна	77
ФУНКЦИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ ДОШКОЛЬНОГО, ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО И ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЙ ГОРОДА САМАРЫ В СИСТЕМЕ КРИВЫХ ЛОРЕНЦА Карпова Ирина Николаевна Осипов Александр Иванович	87
ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРА МАЛОЙ ЭНЕРГЕТИКИ НА ТЕРРИТОРИИ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ Лоншакова Виктория Васильевна Бирюкова Анастасия Петровна Кочеваткина Элина Фаритовна	94
ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ Тарасова Лилия Сергеевна Шварова Елена Владимировна	104
Секция 4. Реклама и PR	109
РОЛЬ ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЫ В ПРОДВИЖЕНИИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРОЕКТА Камалова Айгуль Фанисовна Чистякова Александра Александровна	109
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМЫ ДЕТСТВА В РОССИИ НА 2010—2012 ГГ. Маслова Оксана Викторовна Бахмат Наталья Владимировна	115
Секция 5. Экономика	123
ПРОБЛЕМЫ КОНТРОЛЯ НАД МЕНЕДЖЕРАМИ В ОТКРЫТОЙ КОРПОРАЦИИ. МЕХАНИЗМЫ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ОПОРТУНИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ МЕНЕДЖЕРОВ Архипова Диана Владимировна Рунова Елена Валерьевна	123
ЗАДАЧА ОПТИМАЛЬНОГО ИМПУЛЬСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В МОДЕЛИ ФИРМЫ С ОБУЧЕНИЕМ РАБОТНИКОВ НОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ТЕХНОЛОГИИ Адушинова Наталья Александровна Самсонюк Ольга Николаевна	131

ФАКТОРЫ, ВЛИЮЩИЕ НА ЦЕНУ АКЦИЙ КОМПАНИИ Бледных Ксения Викторовна Рахматуллина Галия Абдулхаевна Пихтарева Анна Владимировна	147
К ВОПРОСУ О ТРУДОВОЙ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ Булыгин Алексей Николаевич Польщикова Людмила Александровна	153
ВСЕ ЛИ МЫ ЗНАЕМ ОБ ИПОТЕЧНОМ КРЕДИТЕ? Винокурова Анастасия Александровна Бахмат Наталья Владимировна	160
ОЦЕНКА ОРГАНИЗАЦИИ ДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТНО-СМЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ Вишнякова Дарья Александровна Кочеваткина Элина Фаритовна	168
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАТРАТНОГО МЕТОДА ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА КОРПОРАТИВНОМ УРОВНЕ Галимова Алина Альбертовна Потеряхина Татьяна Павловна Рудалева Ирина Анатольевна	176
УЛУЧШЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРОИЗВОДСТВЕ Грызлова Яна Юрьевна Бирюкова Людмила Ивановна	182
МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ЧЕРЕЗ НАКОПИТЕЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ Еремеева Людмила Юрьевна Клишина Юлия Евгеньевна	187
АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ Ефремова Елена Алексеевна Раменская Алина Владимировна	192
ОФФШОРЫ — УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ Забурская Алена Вадимовна Пабст Алена Владимировна Бутакова Нина Михайловна	202

ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ Козаков Павел Иванович Золотарёва Вера Петровна	212
ЦЕНА ПОТРЕБЛЕНИЯ МОБИЛЬНОЙ УСЛУГИ СВЯЗИ Карпенко Максим Викторович Старкова Татьяна Николаевна	218
СИСТЕМА АГРОСТРАХОВАНИЯ: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ Кузьминых Светлана Юрьевна Клишина Юлия Евгеньевна	226
ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫЕ ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Куклина Екатерина Викторовна Ишкова Светлана Васильевна	237
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛИБЕРАЛЬНАЯ МЫСЛЬ РОССИИ В ПЕРИОД ПРАВЛЕНИЯ ЕКАТЕРИНЫ II Лабусов Максим Владимирович Комаров Алексей Валерьевич	143
РАСКЛАД СИЛ НА МИРОВОМ РЫНКЕ НЕФТИ Лопатина Дарья Михайловна Попова Татьяна Николаевна	152
ИННОВАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ БАНКОВ Миненко Ксения Леонидовна Ишкова Светлана Васильевна	158
ЕДИНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС И МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ ТРАНСПОРТНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАДАЧ Михайлова Анастасия Игоревна Макаренко Сергей Александрович	264
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЯПОНСКОЙ СИСТЕМЫ «5S» В ПРОЦЕССЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ Моисеева Мария Владимировна Чудаева Александра Александровна	269
ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ РИСК — МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЕ МАШИНОСТРОЕНИЯ Морозова Ольга Алексеевна Кочеваткина Элина Фаритовна	276
УСТОЙЧИВОСТЬ БЮДЖЕТА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ Пашко Ольга Александровна Глотова Ирина Ивановна	285

ЛИКВИДАЦИЯ И БАНКРОТСТВО ПРЕДПРИЯТИЙ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ	293
Переверзева Анна Андреевна Комаров Алексей Валерьевич	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ КАК ОСНОВНОГО ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА	302
Петросян Шушанна Геворковна Перерва Ольга Леонидовна	
ПОРЯДОК НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ ПО ДОГОВОРАМ СТРАХОВАНИЯ	310
Савенко Анастасия Анатольевна Зиновьева Марина Андреевна Цуркан Луминица Станиславовна Ахремцева Анжелика Васильевна Сычева Елена Ивановна	
К ВОПРОСУ О ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЕ РОССИИ И ЕВРОПЫ	318
Тихонова Евгения Андреевна	
К ПРОБЛЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ УЧАЩИХСЯ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ	326
Фролов Евгений Николаевич Пузанова Евгения Сергеевна Шертман Инна Рувимовна	
ДИНАМИКА И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА В РОССИИ, А ТАК ЖЕ ОСНОВНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ЕГО РАСШИРЕНИЯ	331
Чекмарёва Ксения Михайловна Николаев Дмитрий Валентинович	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ	340
Шелухина Валерия Валерьевна Клишина Юлия Евгеньевна	

СЕКЦИЯ 1.

МАРКЕТИНГ

СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ТУРФИРМЫ

Беспалова Дарья Владимировна
студент 3 курса, кафедра Мировая Экономика СГЭУ,
г. Самара
E-mail: dasha.bespalova@bk.ru

Вишневер Вадим Яковлевич
научный руководитель, канд. экон. наук, профессор СГЭУ,
г. Самара

На конкурентоспособность туристической фирмы влияют как факторы макросреды, т. е. общие условия среды нахождения туристического предприятия, так и факторы микросреды, т. е. непосредственное окружение [1, с. 254].

Проанализируем воздействие факторов макросреды на состояние турфирмы ООО «Спутник-Гермес», являющейся крупнейшим туроператором в Самарской области.

Как видно из таблицы 1, наиболее слабую степень влияния оказывают следующие факторы: технологические и демографические, а наиболее сильную — экономические и природные. Довольно существенное влияние проявляют социально-культурные и политические факторы.

Таблица 1.

Оценка факторов макросреды ООО «Спутник-Гермес»

Факторы внешней среды		Влияние	Степень влияния
экономические	Экономический рост	+	Сильное
	Темпы инфляции	–	Сильное
	Развитие международного сотрудничества	+	Умеренное
Политические	Благоприятные законы в области туризма	+	Умеренное
	Повышение ставок налогообложения	–	Сильное

Технологические	Развитие новых технологий	+	Слабое
	Улучшение процесса производства	+	Слабое
	Инновационные технологии	+	Слабое
Демографические	Повышение уровня рождаемости	+	Умеренное
	Рост образованности населения	+	Слабое
	Рост безработицы	–	Сильное
Социально-культурные	Проведение культурных мероприятий в регионе	+	Сильное
	Государственная поддержка социальных программ	+	Умеренное
Природные	Загрязнение среды, природные бедствия	–	Сильное

Перечислим факторы макросреды компании, актуальные сегодня для ООО «Спутник-Гермес»:

1. Обостряющаяся экономическая обстановка в Европе, замедление темпов экономического роста.

2. Рост курса доллара.

3. Падение платежеспособности населения.

4. Сложная политическая обстановка в странах Ближнего Востока.

5. Обостряющаяся экономическая ситуация в России, предверие кризиса.

Данные факторы оказывают негативное влияние на конкурентоспособность фирмы, поскольку происходит снижение спроса на туруслуги и соответственно снижение доходности фирмы. Рассмотрим факторы микросреды фирмы, в качестве которых выступают потребители, посредники, поставщики, контактные аудитории, конкуренты [2, с. 47].

Потребителями туристической фирмы являются жители г. Самара в основном это люди среднего достатка.

ООО «Спутник-Гермес», представляя собой фирму-туроператора, имеет в качестве посредников турагентства. Агентское соглашение помогает регулировать взаимоотношения туроператоров и турагентов, в нем прописаны все права и обязанности сторон.

Поставщиками турфирмы являются гостиницы, отели, хостелы, в которых размещаются клиенты турфирмы в том или ином городе или стране.

Контактные аудитории ООО «Спутник-Гермес» — банки и страховые компании. Внутренними контактными аудиториями турфирмы являются местные жители, а также иностранные гости г. Самары.

Конкурентами являются самарские турфирмы, а именно около 600 туристических агентств, осуществляющих турагентскую и туроператорскую деятельность на различных направлениях внутреннего, въездного и выездного туризма. Среди самых значительных конкурентов можно назвать: «Самараинтур», «Анекс Тур», «Натали Турс», НТК «Интурист», «Санрайз Тур», «Ланта-тур вояж», «Капитал Тур», «КоралТревел». Количество клиентов у данных туроператоров превышает 1500 человек.

Основными конкурентами компании по направлениям деятельности являются:

- Эмираты — «Натали Турс»
- Чехия — «Визит-Европа», «Самара-Центр», «Визи-тур Групп»
- Хорватия — «Русский Экспресс»
- Франция — «Визит-групп», Европорт, «Самараинтур»
- Израиль — Русский Экспресс, PACGROUP [3].

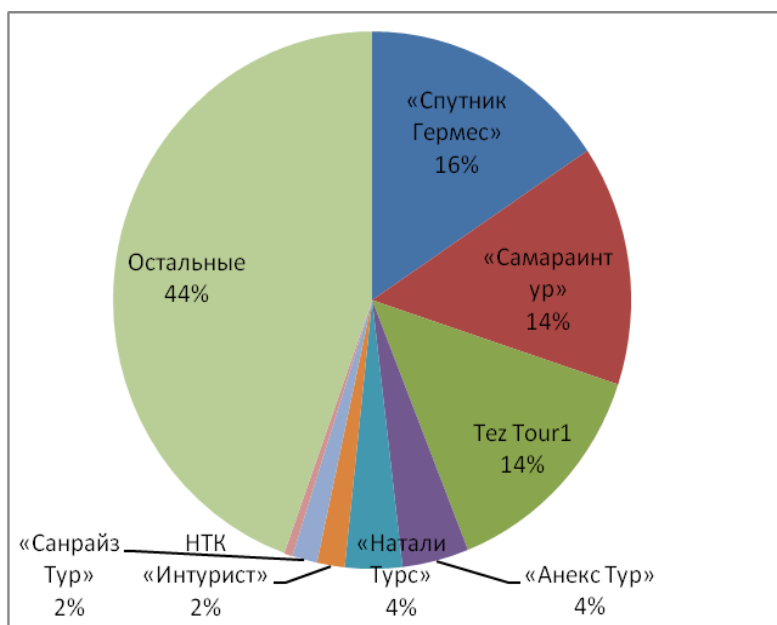


Рисунок 1. Доля клиентов основных игроков туристического рынка в г. Самара в общей клиентской базе туристов, %.

Как можно увидеть из рис. 1 ООО «Спутник-Гермес» является лидером рынка по доле клиентов турфирм, успешно справляясь с конкуренцией. Объем клиентской базы компании составляет 16 %. (Рис. 1)

И все же, у компании можно выделить двух основных конкурентов по количеству клиентов: самарская фирма «Самараинтур» и московская компания «TezTour» (по 14 % от базы клиентов).

Также среди конкурентов можно назвать «Натали Турс» и «Анекс Тур», имеющих 4 % от всего рынка. Рассмотрим двух конкурентов фирмы Самараинтур и TeZ Tour .(см. Таб. 2)

Согласно данным, приведенным в таблице 2, Самараинтур и Тезтур обладают определенными проблемами, такими как закредитованность, зависимость от московских туроператоров, отсутствие собственных теплоходов, чартерных рейсов или возможности поездок по России, что дает фирме «Спутник-Гермес» конкурентное преимущество на определенных сегментах рынка туруслуг, например, в поездках по стране (перед Tez Tour) и в речном туризме (перед Самараинтур).

Таблица 2.

Конкуренты ООО «Спутник-Гермес»

Участник рынка	Преимущества	Недостатки
Сама-раинтур	<ul style="list-style-type: none"> • Крупный холдинг с развитой сетью филиалов. • Предлагает на Самарском рынке услуги в области внутреннего и международного туризма. • по ведущим международным направлениям, имеет аккредитацию в посольствах Израиля, Германии, Чехии, Швейцарии • Опыт работы • Широкий ассортимент услуг 	<ul style="list-style-type: none"> • Финансовые проблемы, кредитные обязательства • зависимость от Московских туроператоров • Отсутствие чартерных рейсов • Отсутствие собственных теплоходов
Tez тур	<ul style="list-style-type: none"> • Во всех странах клиентов обслуживают собственные принимающие офисы TEZ TOUR. • Массовый туризм • Автоматизированная и удобная система обслуживания и бронирования обладатель ордена "За профессиональную честь, достоинство и почетную деловую репутацию III степени" 	<ul style="list-style-type: none"> • Компания не занимается поездками внутри России. • На Самарском рынке занимает не высокую долю.

Спутник-гермес	<ul style="list-style-type: none"> • Раннее бронирование со скидкой; • Включенный в стоимость путевки набор услуг; • Скидка постоянным клиентам; • Путевки продает оператор • Круглогодичный сервис • Максимум услуг и развлечений в одном месте; • Визовая поддержка; • VIP-обслуживание • Эксклюзивные предложения 	<ul style="list-style-type: none"> • Зарубежные поездки закупает у посредников и перепродает. • Сильная зависимость от поставщиков
----------------	---	--

Таким образом, маркетинговая среда, представленная микро и макросредой, оказывает непосредственное влияние на развитие турфирмы, на ее прибыльность и долю клиентов, определяет ее конкурентоспособность в туристической отрасли.

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2008. — 464 с.
2. Кобяк М.В. Мировой рынок гостинично-туристских услуг / Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 2006. — № 2. — с. 46—48.
3. О компании [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.sputnik-germes.ru/> (дата обращения 19.09.2013).

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

Нагибин Георгий Вадимович

*студент 2 курса, факультет менеджмента,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
г. Москва
E-mail: nag.g@mail.ru*

Карамова Ольга Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ,
г. Москва*

Комаров Алексей Валерьевич

*научный руководитель, канд. пед. наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ,
г. Москва*

В современном мире инновации — эффективное средство повышения конкурентоспособности. Они приводят к созданию новых товаров и услуг, к освоению новых рынков, притоку инвестиций и снижению всех видов издержек. Именно поэтому стоит сказать об актуальности проблемы инновационного развития — основы повышения эффективности деятельности предприятий — особенно в послекризисный период. Именно инновационное развитие способно более легко пережить любые кризисные явления и улучшить показатели экономики. Наиболее эффективным средством в данном случае для российской экономики может стать инновационный маркетинг [1].

Инновационный маркетинг является одной из концепций классического маркетинга. Он предполагает то, что предприятия должны постоянно улучшать свои продукты, методы и формы продвижения товаров [5]. Инновационный маркетинг предполагает два направления: во-первых, сам маркетинг нового продукта, во-вторых, совершенствование имеющегося товара. Такая концепция маркетинга является очень эффективной, особенно на начальных стадиях продаж продукта, ведь компания превращается в монополиста по данному продукту благодаря инновациям на основе исследования рынка [3, с. 378]. Конечно, в будущем монополия теряется благодаря конкуренции,

но при правильной стратегии инновационного маркетинга (а именно постоянном совершенствовании товара) можно постоянно удерживать лидерскую позицию среди конкурентов.

Инновационный маркетинг анализирует рынок, занимается разработкой его сегментов, организует и формирует спрос, а затем прогнозирует поведение потребителя. Важное место здесь отводится появлению на рынке нового товара, его исследованию и составлению прогнозов на востребованность покупателями. Важные моменты, на которые обращает внимание руководитель проекта: вид, качество товара и группа потребителей, нуждающихся в этой продукции. Отсюда выявляется тесное взаимодействие участников маркетинговой схемы. Помимо исследования рынка, инновационный маркетинг также проводит сбор информации о потребителях (рост населения и его доходы), изучает юридические условия и законодательство. Особое внимание уделяется изучению экспорта, импорта и новшеств. Информация берётся из статистических данных, справочников и деловых изданий, а также из результатов работы торговых палат. Анализируя потребности покупателей и разделяя их на чёткие группы (сегментация), определяются степени привлекательности и конкурентоспособности товара. В результате всех проведённых аналитических мероприятий составляется инновационная стратегия, которая направляет маркетинговую деятельность на скорейшее достижение заданных целей.

Другими словами, инновационный маркетинг является инновационным проектом, что означает комплекс научно-исследовательских, производственных, организационных, коммерческих и финансовых мероприятий, обеспечивающих эффективное решение конкретной задачи [4, с. 217]. Важно понимать и анализировать все цели инновационного проекта: повышение конкурентоспособности продукции предприятия, создание инновационной базы для долгосрочного устойчивого роста компании и обеспечение экономической безопасности предприятия. Выполнение этих целей приведет к максимальной эффективности инновационного проекта, а именно инновационного

маркетинга, что приводит к увеличению экономических показателей компании [2, с. 391].

В инновационном маркетинге также следует выделить традиционный маркетинг производителей инновационных продуктов и маркетинг закупок. Второй направлен на поиск и приобретение продуктов для какой-либо организации, новых информационных технологий, нового оборудования, а также на налаживание взаимопонимания и партнерский отношений с производителями данных инновационных продуктов на долгосрочной взаимовыгодной основе. При этом сам процесс осуществляется сотрудниками организации, занимающейся маркетингом закупок [1].

Однако в России инновационный маркетинг сталкивается с рядом проблем [6]:

- отсутствует реальная поддержка инновационных предприятий;
- крупные компании не склонны к идеям инновации;
- в технологической среде отсутствует конкуренция, что приводит к отсутствию спроса на продажи продуктов инновации.

Также, существует ряд проблем в отношении человеческих ресурсов [6]:

- отсутствие специалистов, ориентируемых на инновационные идеи;
- отсутствие людей, готовых не только придумать, но и продвинуть такой продукт;
- низкая проработка проектов из-за нехватки знаний у технологических бизнесменов;
- при запуске производства инновационного продукта желание производить его на новом оборудовании при возможности производства на старом (что влечет к дополнительным затратам, причем немалым);
- отсутствие благоприятной среды для развития и реализации проектов инновационных продуктов.

На данный момент для успешного применения концепции инновационного маркетинга в России требуется решение этих проблем. По мнению многих экономистов, инновационный маркетинг в нашей стране необходим.

Инновационных продукт по определению является проще и эффективнее, а, соответственно, упрощает жизнь потребителям такого товара [2, с. 403]. В выигрыше остаются как и потребители, так и сами производители — ведь потребитель пойдет именно за инновационным продуктом, так как он будет обладать большим (по сравнению с неинновационным продуктом) количеством функций и свойств, а, соответственно, будет выгоднее. Остается вопрос — как реализовать инновационный маркетинг в России, как решить все препятствующие ему проблемы?

По мнению экспертов, необходима помощь со стороны государства. Поддержка инновационных предприятий начнет привлекать всё больше и больше людей в такой бизнес. Отсюда появится конкуренция, и крупные компании будут вынуждены производить инновационные продукты, чтобы не потерять свои лидирующие позиции. Если говорить про человеческие ресурсы — то при поддержке инновационного бизнеса со стороны государства предприниматели будут иметь опыт в создании нового продукта, при правильной стратегии и анализе такие люди очень быстро станут высококачественными специалистами в данной области [5]. Кроме того, необходимо учитывать особенности применения отдельных инструментов маркетинга в зависимости от типа инновационного продукта: производственные, потребительские и продукты сферы услуг.

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что среди главных направлений развития инноваций в России: создания спроса на инновации, решение инвестиционных, организационно-правовых, кадровых вопросов, — определенную роль играет расширение использования инновационного маркетинга. Благодаря нему выигрывают обе стороны — производитель и потребитель. Существует большое разнообразие содержания инновационного маркетинга применительно к различным группам продуктов, рынков инноваций, субъектов инновационной деятельности, условия и возможностей его применения. Поэтому необходимы новые подходы к реализации

инновационного маркетинга в России. На мой взгляд, такая концепция даст новый толчок в развитии экономики.

Список литературы:

1. Голубков Е.П. Иновационный маркетинг как инструмент перевода экономики России на новый путь развития / «Маркетинг в России и за рубежом» — 2013. — № 1.
2. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру. Как создать, завоевать и удержать рынок. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 513 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга, М.: Прогресс, 1991 — 778 с.
4. Попов В.Л. Управление инновационными проектами, М. ИНФРА-М, 2009 — 337 с.
5. Юсов А.В. Экономика России: возможен ли инновационный путь развития? //Журнал экономической теории. — 2008. — № 2.
6. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.be5.biz> (дата обращения: 23.09.2013).
7. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 25.09.2013).

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МНОГОФАКТОРНОЙ МОДЕЛИ

Швалева Мария Петровна

*студент 5 курса кафедры ЭОУ, БИТТУ,
г. Балаково*

E-mail: shvalevamarija@rambler.ru

Суворова Виктория Васильевна

*научный руководитель, д-р экон. наук, профессор кафедры ЭОУ,
г. Балаково*

Конкурентоспособность предприятия — это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами [3, с. 57]. Конкурентоспособность отражает эффективность функционирования предприятия, продуктивность использования всех видов ресурсов. Конкурентоспособность сама по себе, то есть вне связи с аналогичными предприятиями не является имманентным качеством фирмы. Ее, то есть конкурентоспособность можно быть оценить только в рамках группы фирм, относящихся к одной отрасли, либо фирм, выпускающих аналогичные товары (услуги). Анализ научных взглядов авторов занимающихся исследованием проблемы конкурентоспособности предприятия, показал, что существуют различные точки зрения на характеристику факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий. Например, Р.А. Фатхутдинов, И.Н. Герчикова и Е.П. Голубков в зависимости от сферы формирования факторов группируют их на внешние и внутренние.

Внутренние факторы — это объективные критерии, определяющие возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности. К ним можно отнести потенциал маркетинговых служб, научно-технический персонал, кадровый потенциал, финансово-экономический потенциал, уровень материально-технического обеспечения и др. [1, с. 320].

Внешние факторы — это социально-экономические и организационные отношения, формирующиеся вне предприятия (во внешней среде) и влияющие на деятельность предприятия, которая по ценовым и неценовым

характеристикам более привлекательна. К внешним факторам можно отнести меры государственного воздействия экономического и административного характера; характеристики самого рынка; деятельность общественных и негосударственных институтов; деятельность политических партий, движений, формирующих социально-экономическую обстановку в стране и т. п.

В настоящее время проблема оценки уровня конкурентоспособности предприятий все чаще ставится перед специалистами по маркетингу на промышленных предприятиях. Это связано с тем, что в условиях сильной конкуренции любой хозяйствующий субъект для нормального функционирования и оценки своих перспектив на будущее должен знать свою конкурентоспособность [2, с. 60—64]. В этом случае, предприятие получает возможность определить свои преимущества и узкие места, выбрать правильную стратегию и тактику поведения на рынке.

В литературе предлагается несколько способов оценки уровня конкурентоспособности предприятия, но почти все они основаны на двух методах оценки:

1. Рыночная оценка уровня конкурентоспособности на основе многофакторной модели. Оценка конкурентоспособности по данному методу проводится в три этапа, они представлены на рисунке 1.

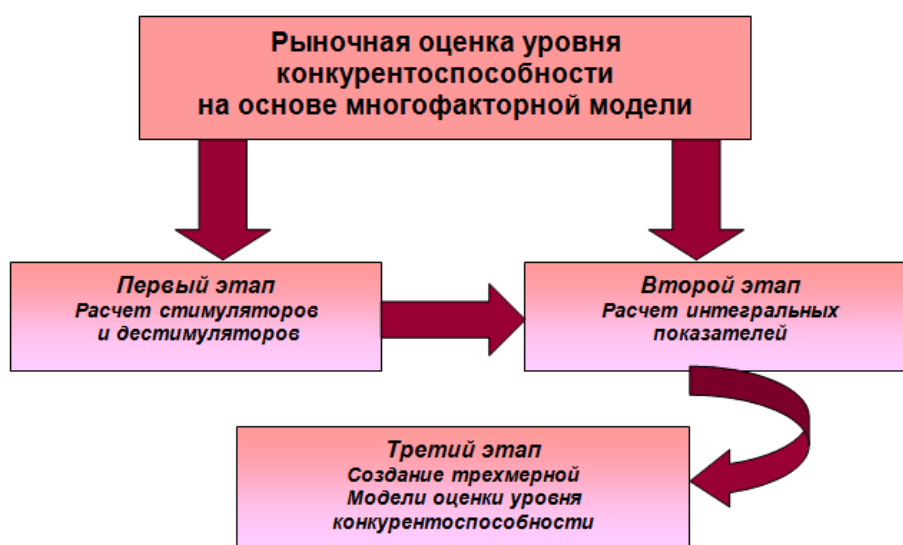


Рисунок 1. Этапы проведения оценки конкурентоспособности на основе многофакторной модели

Данный метод основан на сравнении уровня конкурентоспособности предприятия с нормативными значениями.

2. Второй метод — это оценка конкурентоспособности по отдельным элементам комплекса маркетинга. Данная методика предполагает осуществлять оценку в четыре этапа (рис. 2).

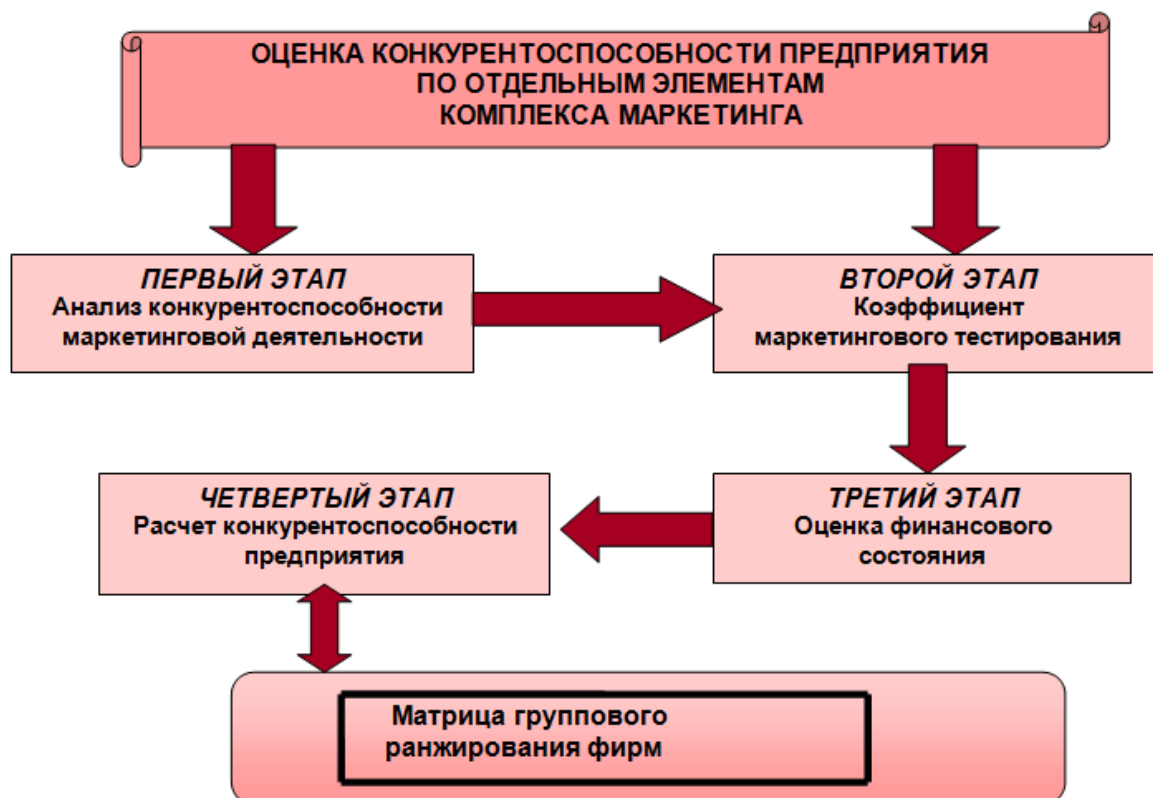


Рисунок 2. Этапы проведения оценки уровня конкурентоспособности предприятия по отдельным элементам комплекса маркетинга

Результаты расчетов сводятся в матрицу группового ранжирования конкурирующих фирм.

Для оценки уровня конкурентоспособности ОАО «Балаковорезинотехника» [4] был бран метод оценки на основе многофакторной модели, так как данный метод позволяет не только провести анализ конкурентоспособности предприятия в динамике, но и выявить факторы, негативно влияющие на конкурентоспособность предприятия. Кроме этого,

многофакторная модель является более информативной для разработки путей повышения конкурентоспособности.

На первом этапе оценки уровня конкурентоспособности предприятия на основе многофакторной модели осуществляется разделение всех оценочных показателей работы предприятия на три группы: организационно-экономические, организационно-технические и финансово-экономические. Далее рассчитываются значения данных показателей в динамике за 3 года с учетом разделения их на стимуляторы и дестимуляторы. Стимуляторы — это те показатели, которые должны стремиться к увеличению, так как, это будет улучшать общую оценку работы предприятия (например, показатели «производительность труда», «фондоотдача», «рентабельность» и т. п.). Дестимуляторы — это показатели, величина которых должна стремиться к уменьшению, так как именно такая их динамика приведет к улучшению оценки работы предприятия (например, трудоемкость, количество нарушений трудовой дисциплины, текучесть кадров и т. п.). В таблице 1,2,3 представлены вышеназванные группы показателей с разделением их на стимуляторы и дестимуляторы. Выделены минимальные (min) и (max) значения каждого показателя.

Таблица 1.

**Динамика показателей организационно-экономической составляющей
ОАО «Балаковорезинотехника»**

Показатель	2010	2011	2012	MIN	MAX
Рентабельность продукции, % (R1 стимулятор)	3,33	1,61	2,53	1,61	3,33
Рентабельность продаж, % (R2 стимулятор)	3,23	1,58	2,44	1,58	3,23
Рентабельность предприятия, % (R3 стимулятор)	5,9	3,69	5,65	3,69	5,9
Затраты на 1 рубль продукции, коп (З _{рп} дестимулятор)	0,96	0,98	0,97	0,96	0,98
Уровень зарплатоемкости продукции, руб. (З _з дестимулятор)	0,19	0,18	0,18	0,18	0,19
Среднегодовая. зарплата одного работника, тыс. руб (З _{ср} , стим.)	173,87	179,09	187,65	173,87	187,65

Производительности труда, тыс. руб. (П, стимулятор)	842,18	895,63	1000,06	842,18	1000,06
Уровень амортизационности продукции, (А, дестимулятор)	0,048	0,042	0,043	0,042	0,048

Таблица 2.

**Динамика показателей организационно-технической составляющей
ОАО «Балаковорезинотехника»**

Показатель	2010	2011	2012	MIN	MAX
Фондоотдача производства, руб./руб. (Φ_o стимулятор)	2,70	3,42	3,69	2,7	3,69
Фондовооруженность производства, руб./чел. ($\Phi_{во}$, стимулятор)	311,46	261,87	271,10	261,87	371,10
Фондоемкость производства, руб./руб. (Φ_E , дестимулятор)	0,37	0,29	0,27	0,27	0,37
Материалоотдача продукции, руб./руб. (M_o , стимулятор)	4,93	6,00	5,75	4,93	6,00
Оборачиваемость оборотных средств, обороты (О стимулятор)	3,73	3,26	3,01	3,01	3,73

Таблица 3.

**Динамика показателей финансово-экономической составляющей
ОАО «Балаковорезинотехника»**

Показатель	2010	2011	2012	MIN	MAX
Коэффициент соотношения оборотных и внеоборотных активов, ед. ($K_{об}$, стимулятор)	0,66	1,15	0,89	0,66	1,15
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств, ед. ($K_{сз}$, дестимулятор)	0,25	0,34	0,29	0,25	0,34
Коэффициент обеспечения оборотных средств, ед ($K_{об.ср.}$, стимулятор)	1,01	0,52	0,59	0,52	1,01
Коэффициент маневренности, ед. ($K_{ман}$, стимулятор)	0,5	0,37	0,42	0,37	0,5
Коэффициент абсолютной ликвидности, ед. ($K_{абс}$, стимулятор)	0,0159	0,0137	0,0171	0,137	0,0171
Коэффициент текущей ликвидности, ед. ($K_{тл}$, стимулятор)	2,10	2,19	2,56	2,10	2,56
Чистая прибыль на 1т продукции руб./т (Чп, стимулятор)	0,004	0,014	0,0027	0,0027	0,014

На втором этапе рассчитываются обобщающие интегральные показатели, характеризующие достигнутый уровень организации по каждой из составляющих. Для получения интегральных оценок исходные величины каждого из показателей приведены к сопоставимому виду, пригодному для сравнения, с использованием метода бальных оценок.

Для расчета бальных оценок по показателям-стимуляторам используется формула:

$$\bar{X}_{ij} = \frac{X_{ij} - X_{\min j}}{X_{\max j} - X_{\min j}} \quad (1)$$

Для расчета бальных оценок по показателям-дестимуляторам используется формула:

$$\bar{X}_{ij} = 1 - \frac{X_{ij} - X_{\min j}}{X_{\max j} - X_{\min j}}, \quad (2)$$

где: \bar{X}_{ij} — значение дифференциальных показателей (бальная оценка) по каждому году;

X_{ij} — значение показателей эффективности по каждому году;

$X_{\max j}$, $X_{\min j}$ — максимальное и минимальное значение по каждому показателю.

Например, расчет значений такой составляющей организационно-экономического уровня как «Рентабельность продукции (R1)» (стимулятор) выглядит следующим образом. Максимальное значение показателя рентабельность продукции было достигнуто в 2011 году (33,3 %); минимальное — в 2001 году (11,6 %) (таблица 1). Подставив значения показателя в формулу 1 получим значение дифференциального показателя по данной составляющей.

Рентабельность продукции (R1):

$$R1_{2010} = \frac{3,33 - 1,61}{3,33 - 1,61} = 1$$

$$R1_{2011} = \frac{1,61 - 1,61}{3,33 - 1,61} = 0$$

$$R1_{2012} = \frac{3,53 - 1,61}{3,33 - 1,61} = 0,53$$

Пример расчета показателя «Затраты на 1 рубль продукции» относящемуся к типу «дестимуляторов».

Затраты на 1 рубль продукции ($Z_{др}$):

$$Z_{др\ 2010} = 1 - \frac{0,96 - 0,96}{0,98 - 0,96} = 1$$

$$Z_{др\ 2011} = 1 - \frac{0,98 - 0,96}{0,98 - 0,96} = 0$$

$$Z_{др\ 2012} = 1 - \frac{0,97 - 0,96}{0,98 - 0,96} = 0,5$$

Аналогично проводится бальная оценка стимуляторов и дестимуляторов по всем трем группам оценочных показателей. Результаты расчетов представлены в таблице 4,5,6.

Таблица 4.

**Дифференциальные значения показателей
организационно-экономического уровня**

Показатель	2010	2011	2012	ВК
Рентабельность продукции, % (R1 стимулятор)	1	0	0,53	0,25
Рентабельность продаж, %(R2 стимулятор)	1	0	0,52	0,1
Рентабельность предприятия, % (R3 стимулятор)	1	0	0,88	0,1
Затраты на 1 рубль продукции, коп ($Z_{пр}$ дестимулятор)	1	0	0,5	0,15
Уровень зарплатоемкости продукции, руб. ($Z_{г}$ дестимулятор)	0	1	1	0,05
Среднегодовая зарплата одного работника, тыс. руб. ($Z_{ср}$, стим.)	0	0,38	1	0,15
Производительности труда, тыс. руб. (П, стимулятор)	0	0,33	1	0,2

Таблица 5.

**Дифференциальные значения показателей
организационно-технического уровня**

Показатель	2010	2011	2012	ВК
Фондоотдача производства, руб./руб. (Φ_o стимулятор)	0	0,72	1	0,35
Фондовооруженность производства, руб./чел. (Φ_{BO} , стимулятор)	0,45	0	1	0,15
Оборачиваемость оборотных средств, оборотов (O , стимулятор)	1	0,35	0	0,3
Материалоотдача продукции, руб./руб. (M_o , стимулятор)	0	1	0,76	0,2

Таблица 6.

**Дифференциальные значения показателей
финансово-экономического уровня**

Показатель	2010	2011	2012	ВК
Коэффициент соотношения оборотных и внеоборотных активов, ед. (K_{OB} , стимулятор)	0	1	0,13	0,2
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств, ед. ($K_{CЗ}$, дестимулятор)	1	0	0,56	0,15
Коэффициент обеспечения оборотных средств, ед. ($K_{OB.CP.}$, стимулятор)	1	0	0,14	0,1
Коэффициент маневренности, ед. ($K_{MAN.}$, стимулятор)	1	0	0,38	0,15
Коэффициент абсолютной ликвидности, ед. (K_{ABC} , стимулятор)	0,65	0	1	0,05
Коэффициент текущей ликвидности, ед. (K_{TL} , стимулятор)	0	0,19	1	0,2
Чистая прибыль на 1 т продукции, руб./т (Чп стимулятор)	0,12	1	0	0,15

Далее с помощью коэффициентов, весомости каждого показателя, установленных экспертным путем, находим обобщающие интегральные показатели, характеризующие достигнутый уровень развития организации по каждой из групп за соответствующий период по формуле:

$$Эинт_i = \sum_{j=1}^m X_{ij} * BK_j, \quad (3)$$

где: Эинт_i — значение обобщающего показателя по каждому году;

\bar{x}_{ij} — значение дифференциальных показателей (бальная оценка)

по каждому году;

$ВК_j$ — коэффициент весомости каждого показателя.

Обобщающие интегральные показатели организационно-экономического уровня:

$$\text{Эинт}_{2010} = 1*0,25 + 1*0,1 + 1*0,1 + 1*0,15 + 0*0,05 + 0*0,05 + 0*0,15 + 0*0,2 = 0,60$$

$$\text{Эинт}_{2011} = 0*0,25 + 0*0,1 + 0*0,1 + 0*0,15 + 1*0,05 + 1*0,05 + 0,38*0,15 + 0,33*0,2 = 0,20$$

$$\text{Эинт}_{2012} = 0,53*0,25 + 0,52*0,1 + 0,88*0,1 + 0,5*0,15 + 1*0,05 + 0,83*0,05 + 1*0,15 + 1*0,2 = 0,74$$

Организационно-технического уровня:

$$\text{Эинт}_{2010} = 0*0,35 + 0,45*0,15 + 1*0,3 + 0*0,2 = 0,37$$

$$\text{Эинт}_{2011} = 0,72*0,35 + 0*0,15 + 0,35*0,3 + 1*0,2 = 0,56$$

$$\text{Эинт}_{2012} = 1*0,35 + 1*0,15 + 0*0,3 + 0,76*0,2 = 0,65$$

Финансово-экономического уровня:

$$\text{Эинт}_{2010} = 0*0,2 + 1*0,15 + 1*0,1 + 1*0,15 + 0,65*0,05 + 0*0,2 + 0,12*0,15 = 0,45$$

$$\text{Эинт}_{2011} = 1*0,2 + 0*0,15 + 0*0,1 + 0*0,15 + 0*0,05 + 0,19*0,2 + 1*0,15 = 0,35$$

$$\text{Эинт}_{2012} = 0,13*0,2 + 0,56*0,15 + 0,14*0,1 + 0,38*0,15 + 1*0,05 + 1*0,2 + 0*0,15 = 0,43$$

Значения интегральных показателей получившихся при расчете представлены в таблице 7.

Таблица 7.

Обобщающие интегральные показатели

Показатели	2010	2011	2012	Отклонение 2011/2010		Отклонение 2012/2011	
				абс.	отн.	абс.	отн.
Организационно-экономические	0,60	0,20	0,74	-0,4	-67	+0,54	+73
Организационно-технические	0,37	0,56	0,65	+0,19	+51,35	+0,09	+16
Финансово-экономические	0,45	0,35	0,43	-0,1	23	+0,08	22,86

На основе полученных данных можно сделать следующий вывод.

Интегральные показатели организационно-экономического уровня в 2011 году ниже уровня 2010 года на 0,4 или 67 %. В 2012 году организационно-экономический уровень увеличился по сравнению с уровнем 2011 года на 0,54 или 73 %.

По показателям организационно-технического уровня также наблюдается положительная динамика. В 2010 данный показатель составил 0,37. В 2011 году произошло увеличение на 0,19 или 51,35 % и организационно-технический уровень составил 0,56. В 2012 году организационно-технический уровень вырос на 0,09 или 16 %.

Финансово-экономический уровень в 2010 году составляет 0,45. В 2011 году он снижается на 0,1 или 23 % и его значение составляет 0,35. В 2012 году вновь происходит повышение на 0,08 или 22,86 % и его значение равно 0,43. Таким образом, наиболее высокие значения интегральные показатели имеют в 2012 году (за исключением показателя финансово-экономического уровня, который уменьшился по сравнению с 2011 годом на 0,08). Это связано с тем, что в 2012 году произошло повышение коэффициента соотношения заемных и собственных средств, что является негативным моментом, так как, этот показатель относится к группе дестимуляторов и он должен стремиться к минимуму, следовательно в 2012 году усиливается зависимость предприятия от внешних инвесторов и кредиторов. Кроме этого снижается показатель соотношения оборотных и необоротных

активов, хотя данный показатель должен повышаться, так как, это стимулятор. Такая динамика обусловлена тем, что оборотные активы законсервированы в неликвидных активах и не могут быть вовлечены в производство.

На третьем этапе создаётся трёхмерная модель оценки уровня конкурентоспособности организации.

По осям расположены поля следующих значений:

X — интегральные значения организационно-экономического уровня;

Y — интегральные значения организационно-технического уровня;

Z — интегральные значения финансово-экономического уровня.

Большой куб показывает нормативное значение, т. е. то состояние, к которому организация должна стремиться. Параллелепипед внутри поля нормативного значения показывает реальное состояние конкурентоспособности организации в конкретный момент времени.

На рисунке 3 представлена трехмерная модель конкурентоспособности ОАО «Балаковорезинотехника» в 2010 году.

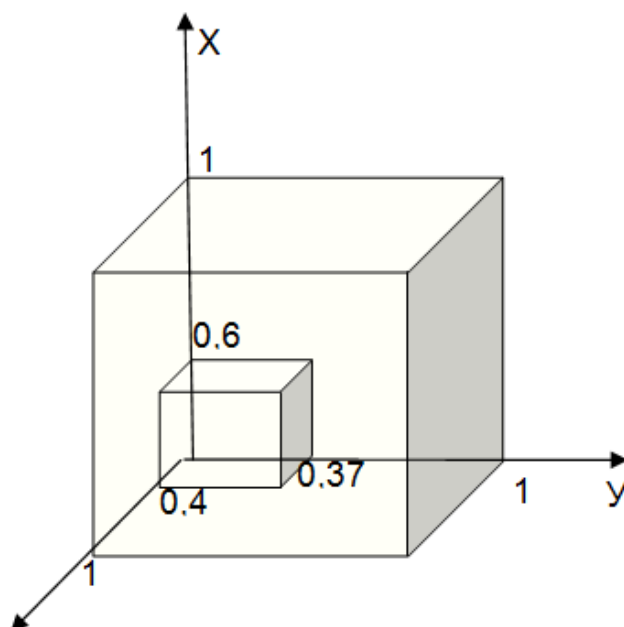


Рисунок 3. трехмерная модель оценки уровня конкурентоспособности ОАО «Балаковорезинотехника» в 2011 году

На рисунке 4 представлена трехмерная модель конкурентоспособности предприятия в 2011 году.

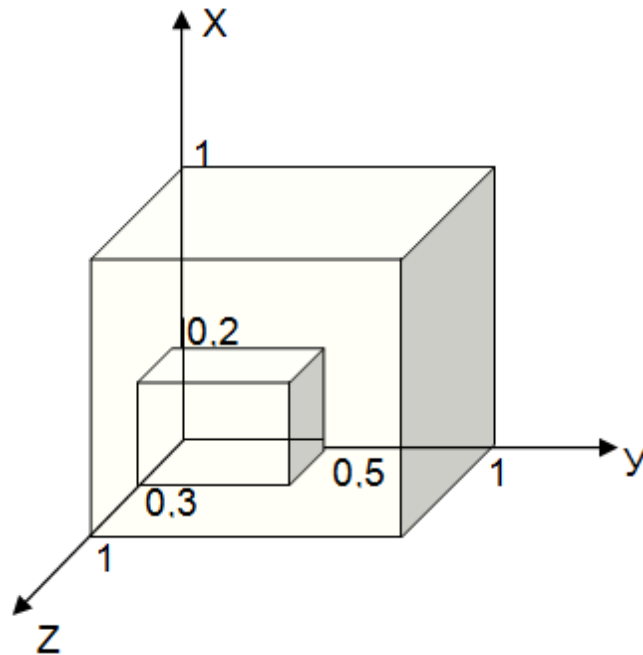


Рисунок 4. Трехмерная модель оценки уровня конкурентоспособности ОАО «Балаковорезинотехника» в 2011 году

На рисунке 5 представлена трехмерная модель конкурентоспособности ОАО «Балаковорезинотехника» в 2012 году.

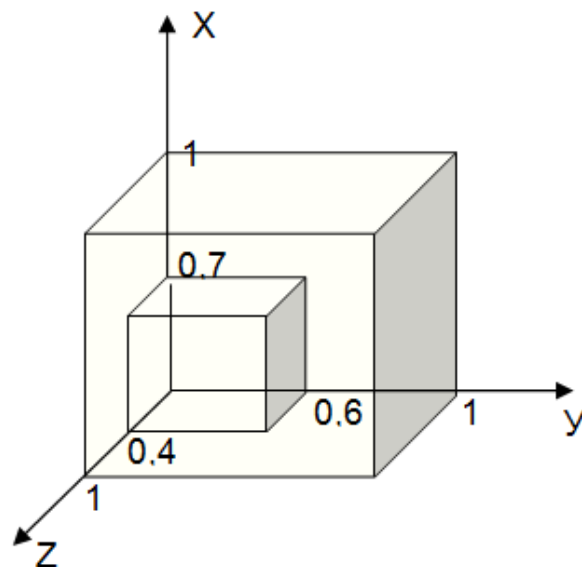


Рисунок 5. Трехмерная модель оценки уровня конкурентоспособности ОАО «Балаковорезинотехника» в 2012 году

Полученные данные свидетельствуют о том, что в 2010—2012 году предприятие имеет неплохую конкурентоспособность это связано с тем, что в данный период действовала программа утилизации и льготного автокредитования, что хорошо повлияло на смежные предприятия;

Однако в 2013 году действие программы по поддержке отечественных предприятий автомобилестроения будет завершено, поэтому можно предположить, что это негативно отразится на показателях работы предприятия и снизит его конкурентоспособность.

Список литературы:

1. Герчикова И.Н. Маркетинг М.: Маркет ДС, 2008. — 470 с.
2. Глухих Л.В., Манвелян М.О. Методы оценки конкурентоспособности предприятия и отрасли //Экономика и управление — 2009, — № 1, — С. 60—64.
3. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов. М.: Изд-во ЭКСМО, 2004. — 120 с.
4. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.balrt.ru/> (дата обращения 12.09.2013).

СЕКЦИЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОТДЕЛЕНИЯ ОАО «УРАЛСИБ» В Г. МАГНИТОГОРСКЕ)

Алексеев Денис Евгеньевич

*студент 5 курса, кафедра менеджмента и маркетинга, факультет экономики
и управления ФГБОУ ВПО «МаГУ»,
г. Магнитогорск*

Кузнецова Нина Владимировна

*научный руководитель, канд. пед. наук, кафедра менеджмента и маркетинга,
факультет экономики и управления ФГБОУ ВПО «МаГУ»,
г. Магнитогорск
E-mail: nina-kw@mail.ru*

Конкуренция является неотъемлемой частью механизма функционирования рыночной экономики. Основной характеристикой хозяйствующего субъекта с точки зрения конкурентной борьбы является его конкурентоспособность, определяющая жизнеспособность организации, результаты ее деятельности в условиях конкуренции. Что в условиях рыночной экономики для любой организации является крайне актуальной проблемой. Кроме того, актуальность темы исследования заключается еще в том, что существенным признаком рыночных отношений является экономическая конкуренция, представляющая собой динамичный процесс соперничества коммерческих банков, кредитных институтов и иных финансовых организаций.

Российский банковский сектор является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. Растущие доходы населения ведут к прогрессирующему росту автокредитования, ипотечного и потребительского кредитования. Что в свою очередь на рынке банковских услуг вызывает ужесточение конкуренции.

Мы согласны с мнением Н.К. Лутошкиной, что конкуренция в банковской системе намного сложнее, чем в любом другом секторе экономики [1, с. 51]. Конкурентоспособность коммерческого банка — это система отношений коммерческого банка по формированию, удержанию, наращиванию и реализации конкурентных преимуществ на рынке банковских услуг для достижения поставленных целей.

Конкуренция сегодня является стимулирующим фактором, побуждающим конкурентов: 1) расширить круг банковских услуг; 2) улучшить качество банковской продукции; 3) оперативно регулировать цены на эту продукцию [3, с. 75]. Конкуренция стимулирует банки к переходу на более эффективные способы функционирования.

Проведем анализ конкурентоспособности финансово-кредитной организации ОАО «УРАЛСИБ» (на примере Дополнительного офиса «Отделение в г. Магнитогорск» Филиала ОАО «УРАЛСИБ» в г. Челябинск).

Банк УРАЛСИБ является основным активом Финансовой корпорации «УРАЛСИБ». Уставный капитал Банка на 01.07.2013 г. составил 29,3 млрд. руб., размер активов — 409,8 млрд. руб., величина собственных средств — 51,3 млрд. руб. Банк УРАЛСИБ — один из крупнейших универсальных банков федерального уровня, предлагающий широкий спектр финансовых услуг для частных и корпоративных клиентов. Основными направлениями деятельности Банка являются розничный, корпоративный и инвестиционно-банковский бизнес. Банку присвоены рейтинги международных рейтинговых агентств: «В+» Fitch Ratings, «В+» Standard&Poor's, «В2» Moody's Investors Service. По данным журнала «Профиль» на 1 января 2013 года, Банк УРАЛСИБ занимает 14-е место среди российских банков по размеру чистых активов, а также 9-е место по объему привлеченных депозитов физических лиц. УРАЛСИБ входит в ТОП-15 банков, выдавших больше всего кредитов частным лицам, и банков с наибольшими остатками денежных средств на счетах корпоративных клиентов [2].

Отделение ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске, как и ОАО «УралСиб» в целом видит свою миссию в повышении качества жизни населения, развитии предпринимательской активности, предоставлении клиентам комплекса финансовых продуктов и услуг, являясь при этом примером эффективности ведения бизнеса в ключевых секторах российского финансового рынка [2].

На рынке банковских услуг в г. Магнитогорске присутствует достаточно большое количество конкурентов предоставляющих идентичные Отделению ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске услуги. Для выявления основных конкурентов построим матрицу McKinsey на основе данных о занимаемой доле на рынке банковских услуг, ценовой политики и широте ассортимента предлагаемых услуг близлежащих конкурентов и Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске (рис. 1).

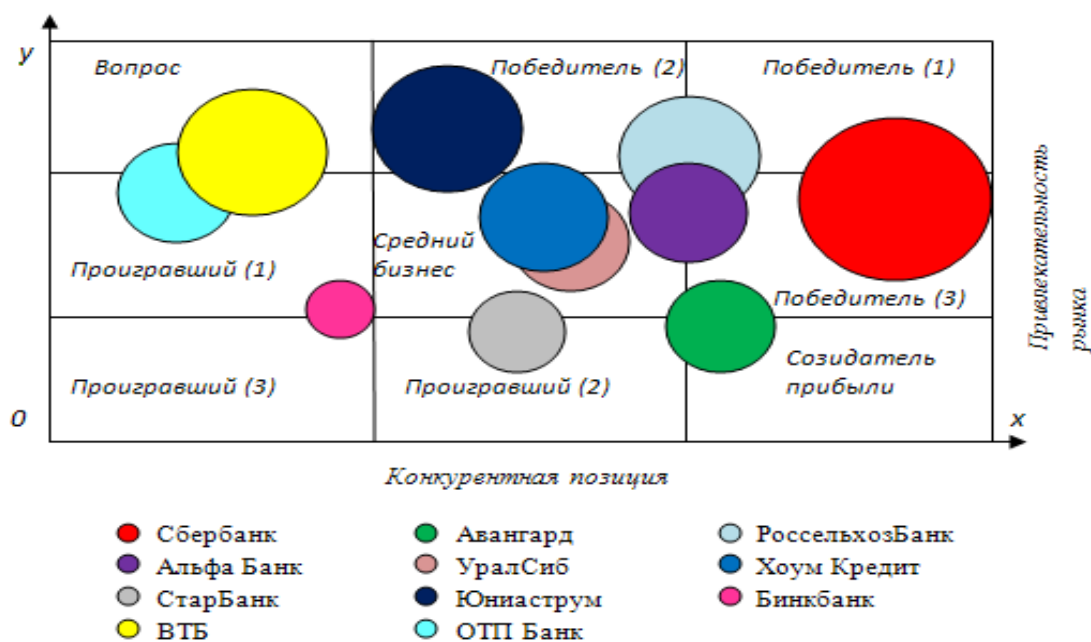


Рисунок 1. Матрица McKinsey

Таким образом, мы видим, что ближайшими конкурентами Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске являются ОАО Альфа-Банк, ОАО РоссельхозБанк и ОАО ХоумКредит.

Анализ производственного и хозяйственного профиля основных конкурентов Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске и систематизация полученных данных может быть осуществлена с помощью табл. 1, позволяющей выявить ключевые факторы успеха конкурентов и определить для компании, какие факторы обеспечат ей в будущем успех и процветание (оценка проводилась по 5 балльной шкале).

Таблица 1.

Сравнительные характеристики основных факторов конкурентоспособности фирм-конкурентов Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске

Группы показателей	Основные конкуренты		
	ОАО Альфа-Банк	ОАО РоссельхозБанк	ОАО ХоумКредит
1. Рынок			
1.1. Размер рынка	5	4	4
1.2. Степень вхождения в рынок	4	3	4
1.3. Рыночный спрос	5	4	4
1.4. Рыночная диверсификация	5	3	3
2. Продукция			
2.1. Освоение банковских продуктов и услуг	5	5	5
2.2. Жизненный цикл	5	4	4
2.3. Конкуренция продуктово и услуг	4	4	4
2.4. Ассортимент	5	4	3
3. Цены			
3.1. Новые продукты и услуги	4	4	4
3.2. Выпускаемые продукты и услуг	4	4	3
4. Продвижение товаров			
4.1. Реклама	5	4	4
4.2. Сбытовые службы	5	5	5
4.3. Содействие сбытовым организациям	5	5	5
5. Организация сбыта и распределения			
5.1. Структура каналов сбыта	5	4	5
5.2. Размеры каналов сбыта	5	4	3
5.3. Развитие сбытовой сети	5	4	3
5.4. Контроль за каналами сбыта	5	4	4

Анализ данных табл. 1 позволяет сделать вывод о том, что у Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске достаточно серьезные конкуренты. Лидером по параметру занимаемой доли на рынке является ОАО «Альфа-Банк», второе место занимает ОАО «РоссельхозБанк» и ОАО «ХоумКредит».

Ближайшие конкуренты и Отделение ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске проводят умеренную ценовую политику, и конкурируют в основном по параметрам доли занимаемой банком на рынке, широте ассортимента, а также качеству банковских услуг и качеству обслуживания. Отстающим по широте ассортимента банковских продуктов и услуг является ОАО «ХоумКредит». В то же время руководству Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске необходимо постараться учесть все минусы и слабые стороны конкурентов, чтобы выйти в лидеры.

Построим матрицу SWOT-анализа Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске (табл. 2). В табл. 3 представлена матрица решений как результат SWOT-анализа для Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске. Матрица решений как результат SWOT-анализа позволила разработать ряд управленческих решений на основе выявленных возможностей и угроз с целью повышения эффективности деятельности Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске.

Таблица 2.

SWOT-анализ Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Внутренняя среда	<p><i>Сильные стороны (Strengths)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Наличие квалифицированных специалистов во всех основных специализациях – Оперативная система консультирования и поддержки клиентов – Широкий ассортимент услуг 	<p><i>Слабые стороны (Weaknesses)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Отсутствие эффективной рекламной политики – Рыночная доля меньше, чем у конкурентов
Внешняя среда	<p><i>Возможности (Opportunities)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Повышение уровня популярности и узнаваемости банка за счет эффективной рекламной политики – Снижение уровня налоговой нагрузки – Ослабление основных конкурентов 	<p><i>Угрозы (Threats)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Высокая конкуренция – Снижение экономической активности основных клиентов – Рост инфляции и процентных ставок

Таблица 3.

**Матрица решений как результат SWOT-анализа Отделения
ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске**

	<p>Внешние возможности (O)</p> <p>O1. Повышение уровня популярности и узнаваемости банка</p> <p>O2. Снижение уровня налоговой нагрузки</p> <p>O3. Ослабление основных конкурентов</p>	<p>Внешние угрозы (T)</p> <p>T1. Высокая конкуренция</p> <p>T2. Снижение экономической активности основных клиентов</p> <p>T3. Рост инфляции и процентных ставок</p>
<p>Сильные стороны (S)</p> <p>S1. Наличие квалифицированных специалистов во всех основных специализациях</p> <p>S2. Оперативная система консультирования и поддержки клиентов</p> <p>S3. Широкий ассортимент услуг</p>	<p>S3, O3</p> <p>Внедрение банковских инноваций и расширение номенклатуры предлагаемых услуг с целью ослабления влияния ближайших конкурентов</p>	<p>S2, T 2</p> <p>Повышение интереса со стороны потребителей (рост экономической активности) за счет повышения эффективности системы консультирования и предоставления дополнительных услуг</p>
<p>Слабые стороны (W)</p> <p>W1. Отсутствие эффективной рекламной политики</p> <p>W2. Рыночная доля меньше, чем у конкурентов</p>	<p>W1, O1</p> <p>Повышение репутации и узнаваемости на рынке, рост уровня популярности за счет повышения эффективности рекламной политики</p>	<p>W2, T3</p> <p>Проведение работы по оптимизации издержек (поиск выгодных тарифов на услуги, предоставляемые 3-ми лицами для оптимизации комиссионных расходов)</p>

Из выше перечисленных возможностей, в первую очередь, Отделению ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске следует сконцентрировать внимание на корректировке стратегии развития маркетинга за счет повышения эффективности рекламной деятельности, так как рекламная кампания является эффективной связью любой организации с потребителем.

Далее проведем анализ конкурентного положения Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске (табл. 3, рис. 2). В качестве основных конкурентов рассмотрим ОАО Альфа-Банк, ОАО РоссельхозБанк, ОАО ХоумКредит. Оценку проведем по 10-ти балльной шкале, где 10 баллов — это наивысший результат.

Таблица 4.

**Анализ конкурентного положения Отделения ОАО «УралСиб»
в г. Магнитогорске**

№ п/п	Фактор конкурентоспособности	Отделение ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске	ОАО Альфа-Банк	ОАО РоссельхозБанк	ОАО ХоумКредит
1	Качество банковских услуг	8	8	9	8
2	Качество обслуживания	7	10	9	9
3	Ассортимент банковских услуг	8	8	9	8
4	Стратегия маркетинга	8	9	10	7
5	Продвижение услуг банка	5	10	9	9
6	Репутация и узнаваемость на рынке	6	9	9	8
7	Финансовое состояние банка	6	9	8	8
8	Ценовая политика	9	10	9	8
9	Квалификация персонала	10	10	10	8
10	Удовлетворенность персонала работой	8	7	9	8
11	Качество управления банком	7	9	9	9
Итого		82	99	100	90

На основе данных табл. 4 рассчитаем взвешенную оценку конкурентного положения Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске и результаты представим в табл. 5. Значимость (вес) того или иного фактора определена исходя из того, насколько существенно его влияние.

Для наглядного представления результатов взвешенной оценки конкурентного положения Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске и ближайших конкурентов построим многоугольник конкурентоспособности (рис.2). Многоугольник конкурентоспособности позволяет отразить графически существующую проблематику банка, и определить параметры, по которым Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске отстает от ближайших конкурентов.

Таблица 5.

**Взвешенная оценка конкурентного положения Отделения
ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске**

№ п/п	Фактор конкурентоспособности	Вес	Отделение ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске	ОАО Альфа-Банк	ОАО РоссельхозБанк	ОАО ХоумКредит
1	Качество банковских услуг	0,13	8/1,04	8/1,04	9/1,17	8/1,04
2	Качество обслуживания	0,08	7/0,56	10/0,8	9/0,72	9/0,72
3	Ассортимент банковских услуг	0,10	8/0,8	8/0,8	9/0,9	8/0,8
4	Стратегия маркетинга	0,15	8/1,2	9/1,35	10/1,5	7/1,05
5	Продвижение услуг банка	0,14	5/0,7	10/1,4	9/1,26	9/1,26
6	Репутация и узнаваемость на рынке	0,1	6/0,6	9/0,9	9/0,9	8/0,8
7	Финансовое состояние банка	0,1	6/0,6	9/0,9	8/0,8	8/0,8
8	Ценовая политика	0,06	9/0,54	10/0,6	9/0,54	8/0,48
9	Квалификация персонала	0,05	10/0,5	10/0,5	10/0,5	8/0,4
10	Удовлетворенность персонала работой	0,02	8/0,16	7/0,14	9/0,18	8/0,16
11	Качество управления банком	0,07	7/0,49	9/0,63	9/0,63	9/0,63
Общая взвешенная оценка		1	7,19	9,06	9,10	8,14



**Рисунок 2. Многоугольник конкурентоспособности
Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске**

Анализ полученных данных, позволяет сделать вывод о том, что Отделение ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске уступает своим ближайшим конкурентам по параметру продвижения банковских услуг в результате наблюдается снижение показателя «Репутация и узнаваемость на рынке», что в свою очередь сказывается на финансовом состоянии банка. Для Отделения ОАО «УралСиб» в г. Магнитогорске одним из перспективных направлений повышения конкурентоспособности предприятия является эффективное осуществление рекламной деятельности.

В заключении следует отметить, что современная рыночная экономика являет собой сложный организм, который состоит из разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, которые взаимодействуют на фоне разветвленной системы правовых норм, и объединяются единственным понятием — рынок. При этом конкурентоспособность коммерческого банка характеризуется, как способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем разработки и реализации конкурентоспособных услуг. В настоящее время конкуренция на банковском рынке сильно возросла. Чтобы выжить, банки должны научиться продавать полный набор банковских продуктов и услуг.

Список литературы:

1. Лутошкина Н.К. Банковская конкуренция и конкурентоспособность: сущность, понятие, специфика. //Финансы и кредит. — 2011. — № 46. — С. 50—53.
2. ОАО УРАЛСИБ. О банке. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.bankuralsib.ru/bank/index.wbp> (дата обращения 24.04.2013).
3. Цаплев Д.Н. Современные подходы к определению сущности и значения межбанковской конкуренции и ее роли в развитии национальной банковской системы России // Вопросы экономики и права. — 2012. — № 1.

ОРГАНИЗАЦИЯ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ РУКОВОДИТЕЛЯ

Доронина Дарья Валерьевна

*студент 4 курса, кафедра менеджмента ВоГТУ,
г. Вологда*

E-mail: n7777777@yandex.ru

Советова Надежда Павловна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, кафедра менеджмента ВоГТУ,
г. Вологда*

В современных рыночных условиях развитие общества показывает, что эффективная деятельность организации во многом зависит от грамотного руководства. В свою очередь необходимо помнить, что любая организация представляет собой единое целое и если работу самого руководителя не организовать должным образом, то руководитель не сможет работать эффективно, что приведет к потерям рабочего времени, лишнему перенапряжению и, в конечном счете, скажется на качестве управления и, несомненно, повлияет на работу всей организации в целом.

Современная литература по указанному вопросу посвящена, прежде всего, рациональной организации труда руководителя. Существует целый ряд авторов, затрагивающих в своих работах общие принципы организации труда руководителя — Адамчук В.В., Ладанов И.Д., Сорокин А.П., Попазова О.А., Волгина И.В., Князев С.Н. Как сказал Ладанов И.Д.: «Помните! Если Вы именно сейчас не решитесь упорядочить свою деятельность и стиль жизни, Вы будете и в будущем нерационально тратить свое время» [2].

Большинство учебных материалов ограничивается перечислением и раскрытием сущности известных принципов организации труда. Однако, на наш взгляд, необходимо уделять большее внимание именно такому принципу организации труда руководителя, как рациональное использование рабочего времени руководителя, позволяющий в рамках данного исследования разработать рекомендации по его совершенствованию. В связи с этим, целью данного исследования выступила разработка рекомендаций по рациональному

использованию рабочего времени руководителя. В качестве объекта исследования выступил Дополнительный офис Северного банка ОАО «Сбербанка России». Предметом исследования — рабочее время заведующего доп. офисом.

Северный банк ОАО «Сбербанк России» является одним из структурных подразделений Сбербанка России, филиалы которого располагаются в каждой области Северо-Западного региона [4]. В настоящее время Северный банк считается одним из крупнейших коммерческих банков на территории Вологодской области, он предоставляет широкий перечень услуг физическим и юридическим лицам. Подразделением Северного банка ОАО «Сбербанка России» в Вологодской области выступает Вологодское отделение № 8638 Филиальная сеть Вологодской области насчитывает 193 подразделения.

Функции руководителя дополнительного офиса банка возлагаются на заведующего отделением. Задачами заведующего отделения являются: создание, развитие и управление командой, создание, развитие и управление материальной базой, создание и повышение стабильного клиентопотока, создание, поддержка и развитие коммуникаций. Задач и функций у руководителя внутреннего структурного подразделения банка широкий перечень. Присутствуют функции, которые требуют более продолжительных затрат времени. Однако есть и иные функции, справиться с которыми не составит большого труда, но и забывать про их выполнение нельзя, так как для успешной работы офиса, необходимо учитывать соблюдение полного перечня работ. Именно поэтому заведующий должен правильно и рационально организовывать свое рабочее время.

Для проведения оценки организации рабочего времени заведующей в исследовании использовалась фотография рабочего дня, в результате которой было выявлено, что на подготовительно-заключительную часть работы заведующий офиса тратит более 20 % своего рабочего времени, подготовительно организационная часть работы соответствует рекомендуемому показателю. Значение коэффициента рациональности использования основного

рабочего времени находится в пределах нормативного значения, но требует незначительной корректировки. Применение авторитарного стиля управления в офисе банка подтверждается высоким значением коэффициента исполнительской работы. Выявленные результаты свидетельствуют о необходимости разработки рекомендаций по совершенствованию организации труда руководителя.

Таким образом, для устранения выявленных недостатков и рационального использования рабочего времени заведующей дополнительного офиса предлагаем реализацию следующих мероприятий. Во-первых, использование делегирования полномочий. Такую работу, как обеспечение актуальности рекламных буклетов и утреннюю проверку устройств самообслуживания делегировать заместителю. Так же в зале на протяжении всего рабочего дня находится консультант по банковским продуктам, который, на наш взгляд, должен сам решать проблемы работы устройств самообслуживания в течении рабочего дня.

Во-вторых, сокращение времени на административно-организационную работу путем экономии времени на ежедневный ежечасный контроль над выполнением показателей. Исходя из анализа, заведующий отделения тратит значительное время для получения информации о результатах работы за отработанный час. Предлагается внедрить систему оперативной отчетности в форме сообщения в установленные часы каждым менеджером результатов своей деятельности по специально разработанной форме на электронный адрес руководителю внутреннего структурного подразделения.

В-третьих, ввести в ежедневную практику деятельности заведующего составление плана рабочего дня вечером. Вечерняя система планирования, продолжительностью 10 минут, позволяет экономить до 100—120 минут рабочего времени, что обеспечивает увеличение продуктивного времени на два часа в день, то есть на 25 % повышает ежедневную производительность. Основными преимуществами вечернего планирования выступают:

- при ежедневном непродолжительном вечернем планировании, позволяющем продумать и представить распорядок дел следующего рабочего дня, подсознание человека воздействует на указанные задачи в течении ночи и настраивает на их выполнение;

- составляя список задач с вечера, руководитель начинает свой новый рабочий день в более спокойной и ровной обстановке, так как он уже точно знает виды предстоящих работ, их последовательность и время осуществления. И если планы записаны с вечера, то большая часть необходимой для реализации планов информации у Вас уже подготовлена.

Для проектной системы планирования рекомендуем использовать известный метод «Альпы» (соотношение 60:40). Опыт показывает, что эффективнее всего составлять план лишь на определенную часть рабочего времени, т. е. на 60 %. События, которые трудно предусмотреть не могут быть запланированы целиком в связи со спецификой работы руководителя. Рекомендуется всегда оставлять определенный процент времени в качестве резерва для непредвиденных телефонных разговоров, но при этом стараться сократить количество таких неожиданностей.

Проведение системы мероприятий по делегированию полномочий в дополнительном офисе позволяют руководителю по проектным расчетам сэкономить до 60 минут в день, экономия времени на ежечасный контроль над выполнением показателей составит 51 минуту, таким образом, общая экономия времени в течение рабочего дня составит 111 минут.

Для определения степени влияния реализации предлагаемых мероприятий по совершенствованию организации труда и улучшению использования рабочего времени заведующей дополнительного офиса воспользуемся нижеприведенной формулой [5]:

$$Пэ = \text{экономия времени} / \text{основное фактическое время} * 100 \%$$

$$Пэ = (111/600) * 100 \% = 18,5 \%$$

В результате реализации всех проектных мероприятий, направленных на совершенствование организации труда, заведующий дополнительным отделением сможет повысить эффективность своего труда на 18,5 %, что в конечном итоге приведет к повышению эффективности работы всего дополнительного офиса.

Учитывая все мероприятия, рабочий день руководителя будет состоять из следующих основных операций (таблица 1).

Таблица 1.

Проект рабочего дня руководителя дополнительного офиса

Действие	Количество времени затраченного на действие (мин)
«Летучка»	15
Подготовка оргтехники, загрузка необходимых программ	10
Проверка книги отзывов и предложений	5
Ежечасный контроль за выполнением показателей	3*8=24
Контроль за процессом обслуживания клиентов в ВСП	20
Обработка входящей корреспонденции	50
Регистрация в web-интерфейсе результатов работы сотрудников	35
Контроль за процессом обслуживания клиентов в ВСП	20
Составление и отправка отчетов по результатам деятельности	45
Корректировка гибкого графика работ сотрудников ВСП	30
Анализ эффективности работы сотрудников с картами обратной связи	15
Контроль работ с клиентской базой	15
Закрытие программ, выключение оргтехники	15
Вечерняя «летучка»	10
Составление плана рабочего дня	10
Итого	319

Данные таблицы 1 свидетельствуют, что всего руководитель на основную работу будет затрачивать $(319/480)*100 = 66,5 \%$ от восьмичасового рабочего дня, а значит 33,5 % — заведующая сможет тратить на непредвиденные обстоятельства.

Однако все мероприятия, проводимые с целью увеличения производительности труда и сокращением затрат рабочего времени руководителя, будут напрасными если руководитель не будет анализировать

свою работу с целью выявления резервов снижения затрат рабочего времени, и не будет посвящать время самообразованию.

Время необходимо контролировать, чтобы целесообразно и эффективно его использовать, в противном же случае не Вы будете управлять событиями, а события будут управлять Вами. В основе контроля времени лежит планирование и прежде всего ежедневное!!!

Список литературы:

1. Волгина И.В. Офис-менеджер: Практическое пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2007. — 452 с.
2. Ладанов И.Д. Практический менеджмент. Психотехника управления и самотренировки. М.: Издательство «Корпоративные стратегии», 2004. — 496 с.
3. Национальный союз кадровиков: офиц. сайт. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.kadrovik.ru>
4. Северный банк ОАО «Сбербанка России» (Услуги физическим лицам): офиц. сайт. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.seb.sbrf.ru/natural
5. Шипунов В.Г. Основы управленческой деятельности: учеб. пособие. М.: Высшая школа, 2001. — 304 с.

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА РАБОТНИКОВ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Кристалинская Ольга Михайловна

*студент 2 курса, Кредитно-экономического факультета
Финансового университета при Правительстве РФ,
г. Москва
E-mail: olchikolya@mail.ru*

Стуканова Ирина Петровна

*научный руководитель, д-р экон. наук, профессор кафедры
«Общий менеджмент и управление проектами»
Финансового университета при Правительстве РФ,
г. Москва*

Мотивация персонала является основным способом оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Основная цель процесса мотивации — это повышение отдачи от работников, повышение общей результативности и прибыльности деятельности предприятия. Впервые термин «мотивация» употребил в своей статье А. Шопенгауэр в девятнадцатом веке. Однако мы понимаем, что и у самого первого человека был мотив взять в руки камень и заточить его, этим мотивом было выживание. Каждая эпоха, каждый новый строй диктует возникновение новых стимулов и мотивов, наиболее оптимальных для конкретного общества.

В конце двадцатого века в истории нашей страны произошел коренной поворот. Вызванные распадом СССР резкие перемены в жизни человека заставили его внести изменения в свое мировоззрение. Что же происходит с психологией человека при таком резком переходе? У человека, как и у любого другого биологического существа, в любых незнакомых ему ситуациях просыпается инстинкт самосохранения. Человек 90-ых годов стремился выжить, сберечь свое имущество, заработать денег на достойную жизнь любыми способами. Удивительно, но многие люди, оказавшиеся в те «суровые 90-ые» в самом тяжелом и безвыходном положении смогли выкарабкаться и добиться успеха. Прочитав биографии самых выдающихся бизнесменов

нашего времени, мы увидим, что именно они и были теми мальчишками, которые хватались за любую работу, продавали сигареты и варили джинсы. В чем же дело? Все дело в мотивации. Они видели цель, ее достижение было для них необходимо.

В наше время наибольшее значение приобретают материальные стимулы труда. Люди преимущественно работают за зарплату, стремятся улучшить качество своего труда и увеличить его производительность ради получения премии. Стоит отметить, что именно этот вид стимуляции труда отлично работает и дает необходимый результат. Но что же происходит в государственных учреждениях, где заработная плата совсем невелика, а материальное стимулирование труда крайне слабое?

Рассмотрим наиболее близкие и понятные обычному человеку сферы — сферы здравоохранения и образования. Здравоохранение в России находится на низком уровне, а здоровье нации ухудшается с каждым годом. По оценке Всемирной организации здравоохранения, Россия оказалась на 127-м месте в мире по показателю здоровья населения и на 130-м — по эффективности медицинской системы. Однако причина такой драматической статистики не только в недофинансировании, но и в недостаточно эффективном управлении и организации оказания медицинской помощи, утверждает «Ъ — Здравоохранение». В сфере образования России также наблюдаются тенденции деградации. Устаревшие модели управления учебным процессом, нехватка в системе образования современных кадров, в том числе управленческих, ведут к снижению качества образования в нашей стране. В связи с этими фактами особенно остро стоит вопрос о необходимости улучшения качества контроля за работниками этих сфер, создание стимулов, повышающих результативность труда.

Давайте представим цепочку, все звенья которой проходит человек перед тем как стать специалистом в своей области. В возрасте 5—6 лет ребенок знакомится с существующими профессиями и получает первое представление о них. Его формирует в первую очередь детская литература. В большинстве

книг, предназначенных для детей, такие профессии как врач и учитель представляются наиболее ценными для общества. Но что же видят современные дети на практике? И телевидение, и люди на улицах постоянно осуждают как и нынешние реформы, проводимые в этих сферах, так и самих работников. Приходя в поликлинику на традиционную диспансеризацию ребенок сталкивается с огромными очередями, путаницей, и желание врачей побыстрее расписаться в нужном месте, зачастую и не взглянув на пациента. А родитель, который идет со своим ребенком к врачу, либо начинает разговор с доктором с белого конверта, либо сразу записывается в хорошую частную клинику. Что же происходит в школах? Каждый праздник ассоциируется у ребенка с необходимостью разносить преподавателям подарки, которые были вручены заботливыми родителями дома вместе с четкими указаниями. Ребенок прекрасно понимает, что эта «благодарность» необходима, чтобы без проблем получать бесплатное образование. Конечно, и в наше тяжелое время все еще остались и врачи, и преподаватели, которые работают по своему призванию и отказываются от подобных взяток. По данным опроса, который был проведен в 2013 году среди 3500 детей в возрасте от 10 до 14 лет, в рейтинге по популярности профессии на 8 месте учитель, на 9 — врач. Если учитывать, что первые места занимают профессии, связанные с шоу-бизнесом, то показатели очень даже неплохие. В возрасте 16—17 лет ребенок вместе с родителями выбирает кем ему все-таки стать. И тут уже мы видим большие различия между профессией врача и педагога. Наиболее явно это отслеживается в конкурсной ситуации при поступлении в вузы. Наблюдается исключительно низкий конкурс в педагогические вузы, и очень высокий в медицинские. Рассмотрим по отдельности ситуации, сложившиеся в этих сферах.

Изучая конкурсную ситуацию в педагогических вузах мы можем увидеть большой разрыв между баллами. Абитуриенты с высокими баллами — лица, мечтающие стать педагогами, учить детей и оказывать положительное воздействие на общество. Абитуриенты с крайне низкими баллами — лица,

не поступившие ни в какие другие вузы. Естественно, что такой низкий уровень студентов не может не оказать отрицательного влияния на уровень образования в педвузах. Что же происходит после получения диплома? Изначально «умные» студенты в большинстве своем либо разочаровываются в профессии и уходят из нее, либо идут работать в частные школы, либо занимаются чисто научной деятельностью. В обычные СОШ на крайне низкую заработную плату устраиваются люди, которые никогда и не хотели быть педагогами, и сами в школе не отличались отличными оценками. Несмотря на постоянные повышения заработной платы учителям, она все еще остается достаточно низкой. Средняя заработная плата школьных учителей в России за первый квартал 2013 года составила 26 тысяч рублей в месяц говорится в сообщении на официальном сайте Минобрнауки. Стоит отметить, что в настоящее время профессия школьного педагога не является очень уважаемой в обществе, так что и этот нематериальный стимул не помогает направить потенциально хороших педагогов идти в профессию. К сожалению, сегодня нет официальной статистики по трудоустройству выпускников педагогических вузов России. Но на недавней Педагогической ассамблее в Санкт-Петербурге Дмитрий Медведев отметил, что «в педагогических коллективах школ работают от 7 до 12 процентов молодых специалистов» [5]. Экс-министр образования Андрей Фурсенко в своем выступлении сказал, что в «школы идут от 7 до 8 процентов выпускников педагогических вузов, а остаются не больше 4 процентов» [5].

В медицинских вузах картина несколько иная. Например, в Первом московском государственном медицинском университете им. И.М. Сеченова средний балл по ЕГЭ составляет 83,3. О коррупции и способах сдачи экзаменов в медицинских вузах уже ходят легенды. Достаточно открыто об этом начали говорить в начале 2000-ых годов. В 2012 году на канале Россия вышел фильм Бориса Соболева с громким названием «На дне знаний-2», где была широко показана и доказана коррупция в медицинских вузах России. По мнению главы столичного департамента здравоохранения Леонида Печатникова «снижение уровня образования в медицинских вузах Москвы привело к проблемам

со специалистами в городе» [3]. Проведенные исследования также показывают, что около 30 % студентов-медиков не собираются после окончания вуза работать по специальности; 37 % врачей со стажем работы до 5 лет хотели бы сменить профессию; 46 % опрошенных медсестер не видят для себя перспектив в выполняемой ими профессиональной деятельности, поскольку она не обеспечивает достойный уровень жизни. Окончив медицинский вуз в коррупционной среде, придя на работу, молодой врач аналогично своим институтским преподавателям не хочет работать без взятки. Зарплата врачей остается на достаточно низком уровне, что вынуждает врача нарушать закон и брать деньги от пациентов. Средняя заработная плата врача в России, согласно отчетам регионов, составляет 32 тысячи рублей в месяц, однако в ряде больниц этот показатель значительно ниже, а в некоторых не достигает и 8 тысяч рублей, сообщила журналистам министр здравоохранения России Вероника Скворцова. Наиболее квалифицированные врачи уходят работать в частные клиники, где тем не менее остается возможность зарабатывать нечестным путем. Безусловно стоит сказать, что существуют врачи, работающие лишь за зарплату ради спасения жизней и здоровья пациентов.

Для повышения результативности труда каждого сотрудника и, обеспечения систематического роста квалификации кадров, стабилизации коллектива необходимо наличие и материальных, и нематериальных стимулов к труду. В действительности существуют небольшие материальные стимулы в этих сферах. Зарплата педагогов зависит и от квалификации, и от стажа работы, и от их профессиональных заслуг и достижений, и от количества часов и ставок. Естественно, что молодой учитель, только-только окончивший педагогический университет или колледж, не будет получать столько же, сколько получает заслуженный педагог с большим стажем работы. Безусловно, разница в зарплате преподавателей разных категорий мотивирует педагога развиваться как специалиста. Но на размер заработной платы учителей влияют и условия работы. Ни для кого не секрет, что условия работы в сельских и городских школах совершенно разные. Так, в сельских малокомплектных

школах педагогам приходится вести сразу несколько предметов. При этом количество учеников в классах небольшое — на уроках могут присутствовать даже один-два ребенка. А ведь на размер учительской зарплаты влияет количество учеников в классе. И какую же картину мы можем наблюдать здесь? Так, например, в сельской малокомплектной школе с вычетом подоходного 13 % учитель русского языка 2 категории с 20 летним стажем за ставку получит на руки 7150 рублей . Стоит отметить, что с проблемами малокомплектных школ сейчас активно борются путем их объединения. Аналогичную картину мы наблюдаем в сфере здравоохранения. «Кто идет в медицинские вузы поступать? Тот, кто хочет посвятить себя другим людям. Действительно романтики, которые верят, что можно приносить добро» [6] — отметила министр здравоохранения РФ Вероника Скворцова. Но ведь педагоги и врачи не могут кормить своих детей добром и романтикой? Что же по-прежнему держит людей в профессии? Стоит отметить, что большинство врачей и школьных учителей, в особенности в крупных городах, получают большой доход от подработок (репетиторство и частные приемы), чем по официальной зарплате. По данным газеты «Новые Известия» по версии властей, главные взяточники в стране — это врачи, учителя и милиционеры. В действительности коррупция в этих сферах уже прижилась в нашей стране. Возможность получения взяток в этих профессиях может мотивировать идти в профессии, но не работать добросовестно по своим прямым обязанностям без дополнительного нелегального дохода. Рассмотрим нематериальные стимулы к труду в данных профессиях. Можно сказать, что потребность человека в уважении со стороны коллектива, в признании его как работника, как нравственно одобряемой личности удовлетворяется. Однако отрицательное отношение людей к постоянным реформам в этих сферах, к недобросовестным врачам и преподавателям, которые не работают без взяток, вызывает плохое отношение ко всем врачам и педагогам. Практический каждый выпуск каждой газеты пестрит заголовками о коррупции

в этих сферах, об ужасных ошибках врачей или о низком качестве образования в нашей стране. Престиж этих профессий стремительно падает.

Рассмотрим стимулы труда врачей и педагогов, существующие в других странах. Совершенно противоположную нашей картину зарплат мы наблюдаем в странах ЕС и Америке. Одной из самых высокооплачиваемых профессий в США является профессия врача. По данным за 2013 год, средняя зарплата врача в США — чуть более 250000 рублей в месяц, на втором месте зарплата учителя — 200000 рублей в месяц. В среднем в странах ЕС даже начинающий врач получает в среднем 90000 рублей, учителям аналогично предоставляется достойная зарплата. Контроль за деятельностью врачей и педагогов в основном производится самими потребителями данных услуг. Широко распространена практика обращений в суд пациентов в связи с некачественным лечением, врачебными ошибками. В рассматриваемых нами зарубежных странах подобные жалобы часто ведут к лишению лицензий неквалифицированных врачей. Безусловно подобная ситуация является дополнительным стимулом быть ответственным и аккуратным в своих решениях.

В СССР, конечно, существовали и материальные, и нематериальные стимулы труда. Но нематериальные играли огромную роль в мотивации медицинских работников и работников образовательной сферы. В первую очередь стоит отметить исключительно правильную концепцию повышения престижа этих профессий. И в фильмах, и книгах показывалась ценность этих людей для общества. Предоставлялись бесплатные путевки в санатории, награды и звания особенно отличившимся педагогам и врачам. Все это безусловно пробуждало граждан быть ответственными перед обществом.

По-моему мнению, нашей современной России необходимо частично перенять опыт зарубежных стран, где медицина находится на высочайшем уровне, и частично вспомнить советское прошлое, на котором еще базируется наша современность. Нашему здравоохранению и образованию не нужны необдуманные реформы с запада, а нужны осторожные действия, которые

будут результативными для нашей, по-своему особенной страны. На мой взгляд необходимы:

- введение жестких методов борьбы с коррупцией на всех ее уровнях;
- проведение успешного внутришкольного и внутрибольничного контроля, создание контролирующего аппарата, который бы следил за добросовестностью работы врачей и педагогов;
- освобождение от необходимости заполнения сотен бумажных документов, отвлекающих людей от их прямых обязанностей;
- «чистое» проведение аттестаций врачей и преподавателей, а также честные проверки контрольных работ учеников, по которым оценивается качество образования;
- увеличение заработной платы работников;
- введение широко развитой системы премий и других вознаграждений и поощрений (льготы на получение квартир, бесплатные путевки в санатории и детские лагеря и т. д.);
- повышение престижа данных профессий путем пропаганды их значимости в СМИ, различных печатных изданиях и фильмах;
- улучшение технического обеспечения, оснащение современным оборудованием последнего поколения медицинских учреждений и школ с целью повышения заинтересованности молодых специалистов к выбранной профессии и реализации полученных знаний.

В нашей жизни мы можем никогда не встретиться с человеком, который построил дом, в котором мы живем, с инженером, который его проектировал, с человеком, который собирал зерна для нашей утренней каши, но каждый из нас связан в своей жизни со школьными педагогами и врачами. Именно эти люди должны помогать нам становиться развитыми личностями и быть здоровыми людьми. От них зависит будущее нашей страны. Грамотное и последовательное введение и материальных, и нематериальных стимулов к труду поможет нам существенно поднять уровень работников здравоохранения и образования в нашей стране.

Список литературы:

1. Гаудж П. Исследование мотивации персонала. Баланс Бизнес Букс. 2008. — 272 с.
2. Мерманн Э. Мотивация персонала. Инструменты мотивации для успеха организации. Изд-во ХГЦ. 2002. — 184 с.
3. Медицинская социальная сеть — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.wiki-meds.ru/>
4. Министерство здравоохранения РФ — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://www.rosminzdrav.ru/>
5. Независимое педагогическое издание «Учительская газета» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.ug.ru/>
6. Российская газета — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rg.ru/>
7. Федеральная служба государственной статистики — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru/>
8. "HR-Portal" — сообщество HR-менеджеров — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://hr-portal.ru/>

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Раенко Евгения Владимировна

*студент 5-го курса, факультета психологии
Томского Государственного Университета,*

Томск

E-mail: rita_jane@mail.ru

Погудина Евгения Юрьевна

*научный руководитель, канд. филол. наук, доцент факультета психологии
Томского Государственного Университета,*

Томск

В XXI веке произошел скачок развития такого сегмента рынка как оказание услуг, в частности общественного питания. Ежедневно по всей стране открываются все новые и новые кафе, рестораны и кафетерии. Но сравнительно не большой процент всех заведений может удержаться на этом рынке.

Данные организации могут в настоящее время конкурировать, скорее всего, только в области сервиса. Главная потребность и внешних, и внутренних клиентов (если речь идет о персонале) подобных организаций — это потребность в диалоге, в различных коммуникационных взаимодействиях.

Для того чтобы проанализировать особенности внутренних коммуникаций в таких организациях, было проведено исследование в Томской сети ресторанов «Перчины», «Peoples», «Пицце-Рио» с помощью двух методик — методика самодиагностики «Метафора». Методика «Метафора» разработана российским ученым Пригожиным А.И. Ее суть заключается в понимании сотрудниками своей организации на бессознательном уровне, то, как они видят цель организации, ее структуру и т. д. Также в анализе организации применялась методика анализа принятия управленческого решения.

1. «Метафора»

В методике «Метафора» приняло участие 8 сотрудников: два сотрудника из отдела по работе с персоналом, три сотрудника из бухгалтерии, два управляющих подразделениями и один менеджер по техническим вопросам

одного из подразделений. Стейкхолдерам было предложено нарисовать образ организации, в которой они работают, и пояснить свой рисунок. Три рисунка из восьми (рис. 6, 7, 8) имеют схожее изображение: некие объекты, связанные между собой линиями. При пояснении сотрудники расшифровали свои рисунки как сеть ресторанов, которые расположены в Томске в разных территориальных зонах, линии между ними пояснялись как связи, взаимодействие между подразделениями. Стоит заметить, что на двух рисунках из трех изображен некий центр, куда сводятся все линии, те сотрудники, которые так нарисовали, пояснили, что этим центром является отдел по работе с персоналом. Еще одна особенность такого типа рисунков это то, что линии на одном из изображений имеют круговой характер (не замыкаются сверху вниз). Когда было предложено объяснить, что это значит, то сотрудник объяснил это как свободный доступ любого сотрудника к вышестоящим должностным позициям в плане взаимодействия, более того, он отметил, что недавний линейный сотрудник имеет возможность занять управляющую позицию в организации.

Остальные 5 рисунков имеют следующие изображения:

1 рисунок. Изображена рабочая зона одного из заведений, бар, столики, люди в заведении (гости) и сотрудники организации. При пояснении рисунка говорилось, что это один из обычных дней работы заведения, официанты беседуют с гостями, между собой, выполняют привычный ход действий.

2 рисунок. Изображение природы, некоего леса, где находятся животные: 3 птицы разных размеров, заяц и маленькая кошка. Когда последовал вопрос о пояснении рисунка, стейкхолдер пошутил: «зоопарк». После чего он начал говорить о том, что в организации много людей и все они разные, но должны как-то между собой взаимодействовать. Можно предположить, что такое изображение указывает на затруднение во взаимодействии сотрудников (разные животные говорят на разных языках).

3 рисунок. Изображена пицца, детально прорисованы ингредиенты: колбаса, помидоры и т. д. над пиццей имеются две улыбки. Объяснение рисунка было следующим: пицца — это продукт, который «выпускает»

организация, улыбки обозначают радость клиентов. Один из присутствующих сотрудников отметил, что такой рисунок может означать креативный подход к работе у автора изображения. (Вообще стоит отметить, что все сотрудники подошли достаточно творчески к заданию. Хотя в начале методики было пояснено, что задание не требует проявления каких-либо особенных, художественных способностей. И когда те сотрудники, которые изобразили взаимосвязанные объекты, начинали пояснять свои рисунки с того, что они «простенько» все изобразили. Был некий элемент смущения от того, что они не нарисовали что-то необычного.).

4 рисунок. Изображение домика, два этажа, 4 окна, дверь и лестница. При пояснении рисунка так же были шутки следующего характера: «работадом», «с такой работой дом на работе». Стоит отметить, что у домика есть и дверь и лестница, некая связь с внешней средой, но сама внешняя среда не прорисована.

5 рисунок. Окружность, вся внутри перечеркнутая хаотичными линиями. В круг влетают и вылетают стрелки. Когда автор рисунка показал свой рисунок, остальных участников самодиагностики такое изображение не удивило, все в один голос практически сказал: «ну, с тобой все ясно». (Дело в том, что данный сотрудник находился в состоянии перехода на новую должность, и на момент самодиагностики выполнял элементы работы одной и другой должности) Сам автор рисунка пояснил свой рисунок следующим образом: круг это единство всех подразделений, хаотичные линии внутри — это элементы организации, стрелки это направления взаимодействия как внутри организации, так и за ее пределами, сообщения из внешней среды.

Самодиагностика показала, что 40 % сотрудников, которые принимали участие в проведении «Метафоры», видят свою организацию как взаимосвязанную сеть объектов. Причем связи между объектами порой имеют хаотичный порядок. Когда был задан вопрос некоторым респондентам, как они могут пояснить, что значат стрелки между объектами, то они сказали, что подразделения организации постоянно взаимодействуют между собой.

Исходя из множества связей между подразделениями и большого количества этих подразделений, можно предположить, что в организации циркулирует большой коммуникационный поток. Причем коммуникации не имеют иерархического порядка. Любой сотрудник может обратиться с вопросами или предложениями к вышестоящему руководству. Так как организация осуществляет свою работу в условиях постоянного (все стейкхолдеры независимо от типа рисунка говорили о постоянном взаимодействии сотрудников в организации) информационного потока, большого количества подразделений, то можно предположить, что в таких условиях информация может искажаться, либо теряться вовсе.

2. Анализ принятия управленческого решения.

Я была свидетелем следующей ситуации: одна из управляющих подразделения подошла к начальнику отдела по работе с персоналом со следующими словами: «С этим Ивановым (будем называть сотрудника так) надо что-то делать, терпеть его выходки нет больше сил». Начальник отдела кадров кивнула головой, она сразу поняла, о ком идет речь, и сказала: «Тут мы бессильны, после такой выходки нужно только увольнять» (о выходке сотрудника она знала уже с самого утра). С таким предложением управляющая не просто согласилась, а полностью поддержала.

Дело в том, что поведение сотрудника Иванова не раз было объектом собраний и совещаний. Иванов систематически опаздывал без уважительных причин, огрызался с коллегами и вышестоящим руководством. Но на каждом собрании клятвенно обещал исправиться. Последней каплей стало то, что он до слез довел одну из сотрудниц организации, его коллегу по работе. Девушка лишь попросила у него помощи в организации работы, на что он, не стесняюсь в выражениях, отказал ей (в организации пропагандируется уважительный и дружелюбный характер общения).

Иванова вызвали в отдел по работе с персоналом, где его ждали для разговора управляющий точки и начальник отдела по работе с персоналом. Из хода беседы ему были представлены факты, которые никак не совпадали

с принципами работы компании. Стоит заметить, что вся беседа проходила очень спокойно и сдержанно, любые порывы оправданий и «сваливаний» ответственности на других Ивановым были спокойно выслушаны и опровергнуты рациональным доводами. Весь ход беседы контролировался начальником отдела по работе с персоналом, и если разговор начинал уходить в не то русло, то управленец возвращал его в нужное направление. После того, как точка зрения Иванова была выслушана, а доводы управленцев были выслушаны Ивановым то все пришли к выводу, что Иванов не сможет дальше плодотворно трудиться в стенах данной организации (даже Иванов это понял и принял). Ему предложили условия ухода с работы, которые устроили как Иванова, так и организацию. Наибольшей интерес у меня вызвало то, что после этого разговора Иванов поблагодарил управленцев за работу и ушел без конфликта.

Анализируя данную ситуацию можно сделать вывод, что в организации преобладают неформальные коммуникации. Управленческое решение принималось нецентрализованно, а в ходе обсуждения заинтересованных сторон.

Оба этих примера доказывают нам, что в организациях общественного питания особое значение имеют внутренние и внешние коммуникации. Именно коммуникации являются инструментом получения прибыли организации. Главным принципиальным отличием организационных коммуникаций, в бизнесе общественного питания является их неформальный характер и отсутствие четко выраженного пути информационного потока. Невозможно выделить, какие коммуникации преобладают: восходящие или нисходящие, вертикальные или горизонтальные. Информационный поток хаотичен. А эта хаотичность порождает собой многие трудности, которые сказываются на эффективности организации: искажение информации, не правильное понимание целей организации, слухи и т. д.

Думается, что это не означает невозможность управления такой организацией. Можно предположить, что подобная «хаотичность» коммуникаций необходима для данной организации, т. к. в этом хаосе

рождаются идеи, а для сотрудников в этих организациях строгие правила «подобны смерти». Для управления такой организацией руководители должны создать условия для существования и поддержки таких коммуникаций. А из этого следует, что одной из главных задач управленца в сфере оказания услуг — это управление коммуникацией персонала.

Приложение № 1

Методика самодиагностики «Метафора»

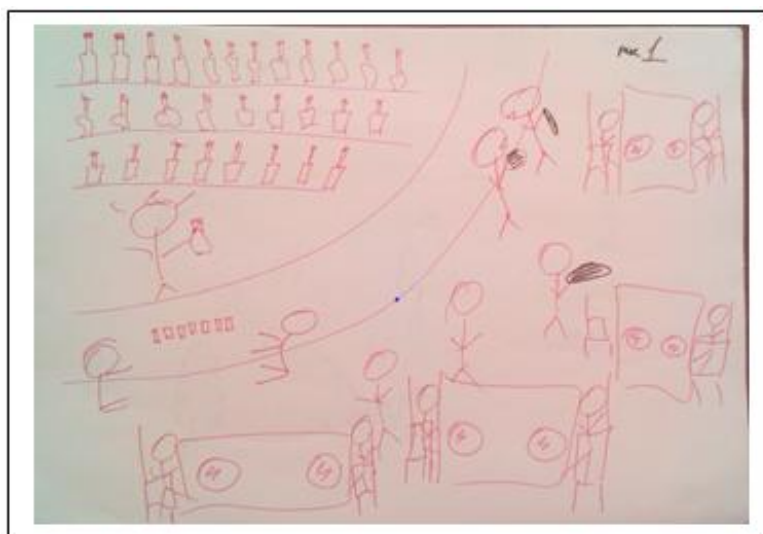


Рисунок 1.



Рисунок 2.

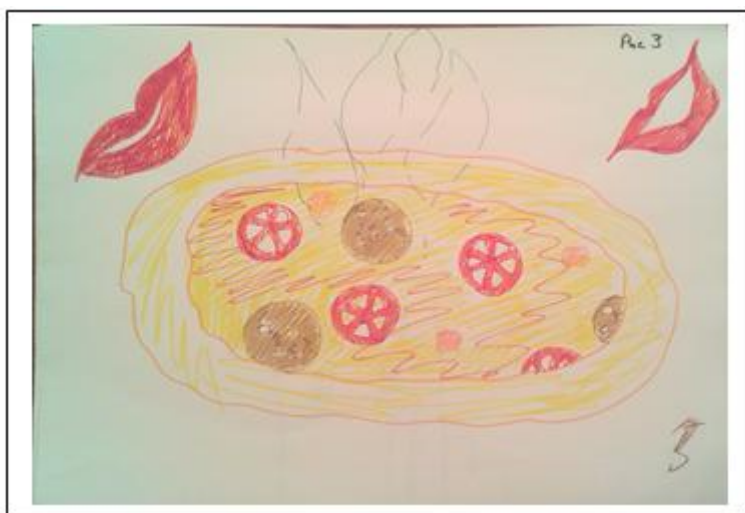


Рисунок 3.



Рисунок 4.

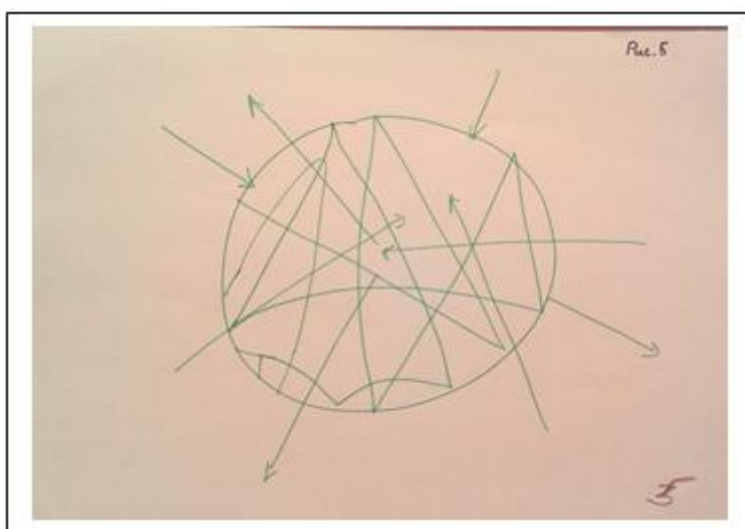


Рисунок 5.

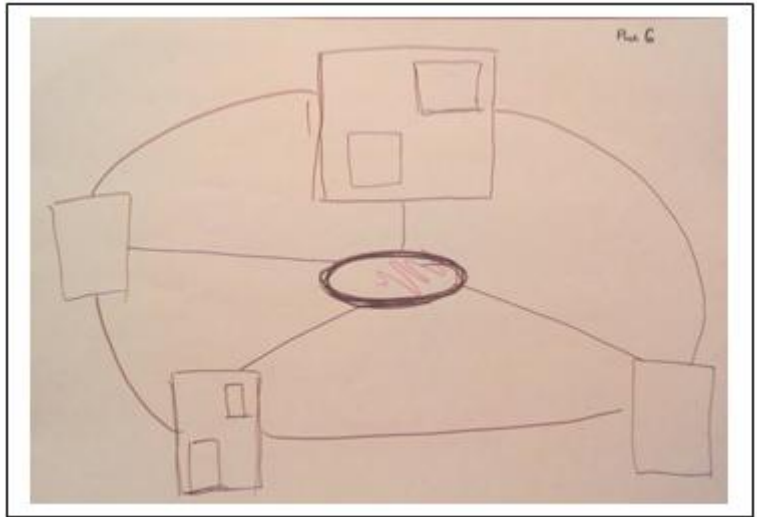


Рисунок 6.

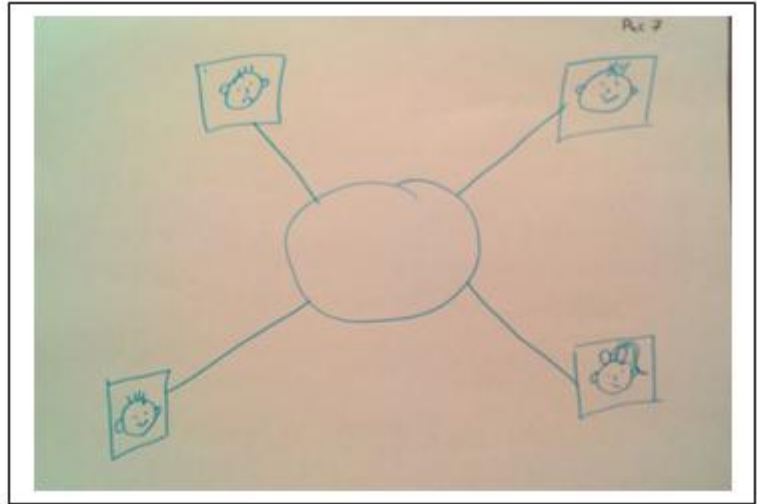


Рисунок 7.

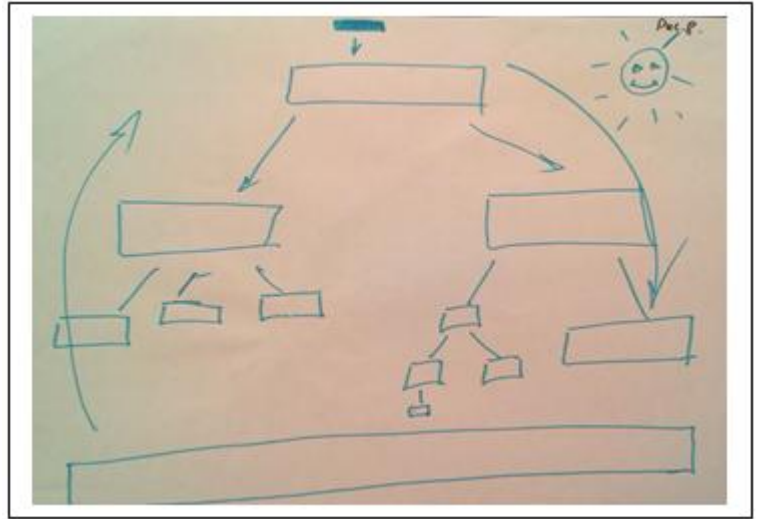


Рисунок 8.

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ GR-МЕНЕДЖМЕНТА

Туаев Валерий Олегович

*студент 2 курса, Кредитно-экономического факультета
Финансового университета при Правительстве РФ,
г. Москва*

E-mail: t.valera.o@mail.ru

Стуканова Ирина Петровна

*научный руководитель д-р экон. наук, профессор кафедры
«Общего менеджмента и управления проектами»
Финансового университета при Правительстве РФ,
г. Москва*

Анализируя рынок труда за последнее десятилетие, можно сделать вывод о том, что все большей популярностью пользуются профессии, так или иначе связанные с различными видами отношений — relations. Особенно, можем уверенно говорить об активном зарождении и развитии в России сферы деятельности по выстраиванию и осуществлению связей с органами государственной власти, называемую в международных корпоративных отношениях Government Relations (GR). И именно в последнее время мы можем наблюдать тенденцию приобретения данной отрасли профессионального, цивилизованного характера.

Что такое GR?

Government Relations (GR, дословно: взаимодействие с органами государственной власти) — это деятельность специально уполномоченных сотрудников крупных коммерческих структур (GR-специалистов) по сопровождению деятельности компании в политической среде [4].

GR(или лоббирование) используется для достижения следующих целей:

- Увеличение или снижение налогов в отрасли
- Борьба с конкурентами
- Влияние на структуру организации государственных служб
- Прямая реклама бренда
- Влияние на решение государственных служб по конкретному вопросу

- Регулирование благоприятных рыночных тенденций
- Проведение новых законов и указов
- Влияние на тарифы
- Отстаивание интересов отрасли и т. п. [1, с. 8].

Лоббирование — это достаточно творческая процедура. Очень сложно пользоваться определенными типовыми комбинациями, не создавая чего-либо принципиально нового, ведь, безусловно, уже давно существуют и применяются методы противодействия типовым стратегиям. Эффективность же действий с точки зрения соотношения цена/качество может быть улучшена зачет оригинальной, уникальной схемы лоббирования.

Организационная структура GR-деятельности и структура GR-департамента в большей степени определяются приоритетами компании и спецификой ведения бизнеса, а также влиянием всех экзогенных и эндогенных факторов.

К экзогенным факторам чаще всего относят:

- Приоритеты и качество законодательства в сфере регулирования и контроля над деятельностью компании;
- специфика групп интересов в отрасли и их особенности
- направленность государственной политики в отношении развития отрасли.

К эндогенным факторам, которые определяют возможность взаимодействие фирм с органами государственной власти, можем отнести:

- стратегия компании;
- потребности и цели компании;
- масштабность, открытость и публичность ее деятельности, отличительные черты культуры управления;
- финансовые возможности обеспечения работы по взаимодействию с государственными органами;
- устоявшееся рабочее взаимодействие ее представителей в государственных органах.

Интересен тот факт, что во многих организациях, дабы избежать использование достаточно неоднозначного термина «лоббизм», начали заменять его на более понятные и вызывающие доверие синонимы: *advocacy*, *policy representation*, *policy marketing*, *legislative communications*, *public affairs*, *government affairs*.

И, безусловно, все это термины имеют разные подтексты. Например, “*advocacy*” можно растолковать как продвижение интересов фирмы, но, в отличие от лоббирования, речь идет не только о продвижении интересов через органы государственного управления, но и через любые другие структуры и институты.

В Великобритании, где уже достаточно высоко развит рынок профессиональных услуг по GR-менеджменту, в какой-то степени нетипичный для Европы, все лоббистские агентства называют себя PA-консультантами (*PA-consultants*, или *public policy consultants*).

Термин “*Public affairs*” (PA) — более широкий термин, это общая функциональная область, которая помимо непосредственно GR, включает решение вопросов в неполитической сфере (*issues management*), связь с медиасообществом (*media relation*), связь с местным сообществом (*community relation*), социальную ответственность (*social responsibility*) и др. [2, с. 4].

Однако многие полагают, что вопрос отличий между связями с общественностью (PR) и связями с государственными структурами (GR) является проблемой различных определений одной и той же деятельности.

В последние годы для рынка лоббистских услуг стало актуальным слияние лоббистских фирм и фирм, специализирующихся на связях с общественностью. Это как раз объясняется тем, что реклама теперь в некоторой степени является составляющей лоббирования.

В Америке помимо GR используется еще термин GA (*government affairs*). В Бразилии наличие департаментов по выстраиванию отношений с различными уровнями государственной власти называется институциональным лоббированием [3, с. 179].

Говоря о России, можно выделить ряд факторов, давших толчок развитию GR-менеджмента и приобретения им профессионального, цивилизованного характера в России.

1. Значительное повышение роли государства и государственных акторов в экономике России. А это, в свою очередь, ставит в прямую зависимость успешную деятельность крупных организаций и корпораций со степенью эффективности и плодотворности выстроенных отношений с органами власти.

2. Организация специальных структур, департаментов по связям с органами государственной власти в российских компаниях.

3. Приток на российский рынок международных лоббистских компаний. За последние годы все большее количество крупных американских и европейских лоббистских фирм (The PBN Company, Cassidy & Associates, Mmd и др.) приходит в Россию. Это, в первую очередь, обусловлено неизбежной потребностью крупных международных корпораций, ведущих бизнес в нашей стране, в получении понятных им консультационных услуг по взаимодействию с российскими органами государственной власти. И, стоит отметить, что далеко не все специалисты в данной области способны с легкостью адаптироваться в российской экономико-политической среде. Иногда им приходится сталкиваться с достаточно специфическими и давно устоявшимися барьерами во взаимоотношениях власти и бизнеса. Однако, имея многолетний опыт работы с органами власти других странах, разработанную инфраструктуру взаимоотношений с корпоративными структурами, указанные лоббистские компании оказывают положительное воздействие на развитие отрасли GR в России, развивая рынок.

Как уже было отмечено выше, стабильность бизнеса в России практически напрямую зависит от наличия деловых контактов с представителями органов государственной власти. Как раз для выполнения этой функции и существуют GR-менеджеры, осуществляющие в режиме «постоянного присутствия» диалог организации с властью и, как это принято сейчас говорить, «лоббирующие интересы компании».

Особо широкое распространение GR-менеджмент получил в сфере взаимоотношений крупного бизнеса с органами власти в таких отраслях, как: металлургическая, нефтяная и газовая отрасль, телекоммуникационная, электроэнергетическая, автомобилестроительная, табачная, пивная и фармацевтическая. За счет сильного усиления позиций государства и его активного доминирования в политической и экономической сферах в годы президентства В.В. Путина, модель взаимоотношений бизнеса и власти сильно изменилась, что, в свою очередь, привело к потере политического веса и влияния на принятие ключевых экономических и политических решений представителей крупного бизнеса. Во многом из-за этого крупные российские компании для того, чтобы отстоять и защитить свои экономические интересы стали все чаще брать на вооружение такие технологии как коммуникационный менеджмент, репутационный менеджмент, инвестиционный менеджмент (IR), и в особенности gr-менеджмент.

GR-деятельность в *телекоммуникационной отрасли* России представляет особый интерес. Обусловлен он рядом существенных факторов, которые определяют особую роль данной сферы. К ним, в первую очередь, следует отнести:

- Несоответствие нормативно-правового поля стремительно внедряющимся новым технологиям;
- Повышенная государственная регуляторика;
- Чрезмерное влияние силовых и правоохранительных ведомств;
- Присутствие иностранного капитала, интересы которого не всегда совпадают с агрессивной политикой российских акционеров.

Безусловными лидерами — олигополистами данной отрасли являются компании «Мегафон», «Билайн», «МТС». И это, очевидно, связано не только с прочным экономико-финансовым положением данных провайдеров, но и с грамотно выстроенной структурой прямого взаимодействия с властью и определенными рычагами давления на неё.

Станет ли GR-менеджмент основным инструментом цивилизованного лоббизма и обеспечит ли он прочную платформу для сведения интересов бизнеса и власти? Однозначный ответ на данный вопрос пока что дать очень сложно. На настоящем периоде активного развития и становления этой формы взаимоотношений очень важно, чтобы GR-менеджмент в России выполнял именно эту роль и не «мутировал» в новую форму коррупции.

Список литературы:

1. Вуйма А.Ю., Лоббирование. Как добиться от власти нужных решений. СПб.: Питер, 2008. — 387 с.
2. Толстых П.А. GR. Практикум по лоббизму в России. М.: Альпина Бизнес Букс 2007. — 379 с.
3. Андреа Жозетто. Лоббизм и публичная политика в Бразилии. // Россия и современный мир: проблемы политического развития. Тезисы IV Международной межвузовской научной конференции./ Под. ред. Д.В. Васильева, Н.В. Кузнецовой М.: Институт бизнеса и политики, 2008. — С. 179.
4. Профессиональный словарь лоббистской деятельности (составитель к. п. н П.А. Толстых) — [Электронный ресурс] Режим доступа. — URL: http://www.lobbying.ru/dictionary_list.php

ЗАДАЧИ И МЕТОДЫ РИСК МЕНЕДЖМЕНТА

Яковлева Ксения Олеговна

*студент 2 курса кредитно-экономического факультета
Финансового университета при Правительстве Российской Федерации,
Москва
E-mail: kсениya-yakovleva@inbox.ru*

Стуканова Ирина Петровна

*научный руководитель, д-р экон. наук, профессор кафедры
«Общий менеджмент и управление проектами»
Финансового университета при Правительстве Российской Федерации,
Москва*

В последнее время стало заметно повышенное внимание бизнеса к рискам, которым подвержены компании и, соответственно, к стратегиям управления такими рисками.

Этот интерес является результатом стремительной изменчивости бизнес среды, в которой работают компании. В таких условиях возникает необходимость разработки и внедрения конкретных, устойчивых процедур по принятию руководящих решений, учитывающих влияние риска на бизнес решения.

В современной литературе существует множество определений понятия «риск». «Толковый словарь русского языка» С.И. Ожегова раскрывает значение этого термина следующим образом: «возможность опасности, неудачи» [4]; «Большой экономический словарь» — «возможность наступления события с отрицательными последствиями в результате определенных действий или решений» [1]; ИСО 31000:2009 «Менеджмент рисков. Принципы и руководящие указания» — «влияние неопределенности на цели» [7].

Приведенные определения достаточно похожи и, обобщив их, можно сделать вывод: риск — это событие в будущем, которое может повлиять на достижение компанией своих целей. Риски могут наступить с некоторой вероятностью и характеризуются степенью влияния на цели компании — существенностью.

В теории менеджмента риски рассматриваются не только с точки зрения отклонения со знаком «минус» фактических результатов деятельности от запланированных, но и с точки зрения их возможных позитивных последствий. В случае если рисковое событие приводит к нежелательным отклонениям, управление рисками направлено на уменьшение отрицательных последствий. Если рисковое событие приводит к положительным результатам, то риск-менеджмент позволяет управлять выгодой, возникшей в результате рискованной ситуации.

Риск — это экономическая категория. Как экономическая категория он представляет собой возможность совершения события, которое может повлечь за собой определённый экономический результат: отрицательный (убыток), нулевой или положительный (прибыль).

Управление рисками — это прогнозирование развития событий в будущем и принятие мер для усиления положительного и уменьшения отрицательного эффекта на достижение целей компании [2].

Риски следует рассматривать не только как бизнес-угрозы, но и как возможности, своевременное использование которых приведет к развитию бизнеса.

Существуют сотни различных видов рисков. И сразу же возникает вопрос о том, какими из них следует управлять, если их несметное множество? Ответ таков: рисками, о которых известно, и убытки от которых организация не готова на себя принять.

Первой задачей риск-менеджера является составление перечня рисков, типичных для управляемой организации. Например, основными рисками крупных компаний являются технико-технологические, экономические, профессиональные, юридические и экологические риски. В свою очередь в каждой из этих групп рисков можно выделить подгруппы рисков и т. д. (табл. 1).

Основные риски крупных компаний

Технико-технологические риски	инжиниринговые риски; строительные риски; эксплуатационные риски
Экономические риски	финансовые риски (кредитный риск, валютный риск, операционный риск, процентный риск, курсовой риск) маркетинговые риски; инвестиционные риски
Профессиональные риски	управленческие риски; риски, связанные собственно с персоналом; риски, связанные с действием персонала
Юридические риски	риски, связанные с неоднозначностью или противоречивостью законов; риски, связанные с ошибками в оформлении документов
Экологические риски	техногенные риски; риски, связанные с климатическими условиями

Второй этап — изучение степени влияния известных рисков на показатели эффективности деятельности компании и выделение наиболее значимых из них. То есть, все риски расставляются в порядке убывания частоты их проявления или размеров потенциальных убытков.

Следующий шаг риск-менеджера — используя экспертные оценки, современные методы прогнозирования, эконометрические и экономико-математические модели, выбрать методы управления рисками. Как правило, разнообразные формальные методы оценки рисков и управления ими дают неоднозначные рекомендации. Задача риск-менеджера на данном этапе — решить проблему многокритериальности, то есть согласовать оценки рисков, полученные по различным основаниям.

Все методы управления риском можно разделить на две основные группы: методы трансформации рисков и методы финансирования рисков [6].

К методам трансформации рисков относят отказ от риска, снижение частоты ущерба или предотвращение убытка, уменьшение размера убытков, деление риска и аутсорсинг риска [3].

Сутью метода отказа от риска является создание производственно-хозяйственных условий, в которых возможность возникновения убытков

заранее ликвидирована. Данный метод эффективен в случае большой вероятности реализации рисков и возможных значительных размеров убытка. Компании, применяя этот метод, предпочитают избегать рисков и отказываются от возможного получения прибыли.

Метод снижения частоты ущерба или предотвращения убытка предусматривает реализацию предупредительных мероприятий, уменьшающих вероятность наступления неблагоприятного события (физическая охрана, обучение персонала, использование безопасных материалов и т. д.).

Метод уменьшения размера убытков применяется в случаях, когда вероятность реализации риска невелика, а размер возможных убытков значительный. Данный метод заключается в проведении превентивных мероприятий, направленных на снижение размера предполагаемого ущерба (противопожарная сигнализация, использование негорючих материалов в строительстве и др.).

Метод разделения риска предполагает создание такого устройства компании, при котором отдельный случай реализации риска не приведёт к серии новых убытков. Метод основан на уменьшении количественной характеристики носителя риска. Метод разделения риска может быть реализован в форме дифференциации рисков (пространственное разделение источников возникновения убытков или объектов, которым может быть нанесен ущерб); в форме дублирования наиболее значимых объектов, подверженных риску; в форме диверсификации (распределение инвестируемых средств между различными объектами, не связанными между собой).

Метод аутсорсинга риска заключается в передаче на основе договора ответственности за возможность возникновения и последствия неблагоприятных событий на стороннюю организацию. Этот метод применяется в случае чёткого определения опасности, жёсткого контроля над факторами, влияющими на уязвимость, и при существовании механизмов передачи ответственности. К мероприятиям данного метода относятся: использование услуг охранной фирмы, введение внешнего кризисного управления, наличие

внешнего ответственного исполнителя работ в течение установленного гарантийного срока и т. д.

Методы финансирования рисков можно разделить на методы «сокращения риска» (покрытие убытка из текущего дохода, из резервов, за счёт использования займа, покрытие убытка на основе самострахования) и методы «передачи риска» (покрытие убытка на основе страхования, на основе нестрахового пула, за счёт передачи финансирования на основе договора, на основе поддержки государственных органов, на основе спонсорства) [5].

При применении метода покрытия убытка из текущего дохода ущерб по мере возникновения покрывается за счёт текущих денежных потоков компании. Никаких специальных фондов не создаётся.

Метод покрытия убытка из резервов заключается в том, что компания за счёт части собственных оборотных средств создаёт специальные фонды возмещения убытков, и текущий ущерб покрывается из этих резервных фондов.

Метод покрытия убытка за счёт использования займа возможен тогда, когда подвергшаяся ущербу компания может не только получить кредит, но и рассчитаться по нему. Отличие этого метода от двух предыдущих в том, что источник средств для возмещения убытков внешний, а не внутренний. Но сама ответственность за покрытие ущерба также лежит на самой фирме.

Метод покрытия убытка на основе самострахования заключается в создании компанией собственных страховых фондов, предназначенных для возмещения ущерба. Данный метод отличается от метода покрытия убытка из резервов тем, что он применяется при работе с большим числом однородных рисков.

Сущность метода покрытия убытка на основе страхования состоит в передаче ответственности за возмещение вероятного ущерба страховой компании. В этом случае за определённую плату компания снижает участие в покрытии убытков или полностью отказывается от него.

Метод покрытия убытка на основе нестрахового пула по своей сути близок к методу покрытия убытка на основе страхования — финансирование риска

также передаётся другому субъекту, но не страховой компании, а нестраховому пулу. Нестраховым пулом может выступать специальный фонд взаимопомощи, созданный объединением предпринимателей или участниками финансово-промышленной группы. При использовании данного метода снижается участие компании в возмещении ущерба за счет софинансирования.

Метод покрытия убытка за счёт передачи ответственности на основе договора заключается в передаче прав и обязанностей по возмещению ущерба другому субъекту. С этим субъектом компания заключает договор, по условиям которого участие самой компании в финансировании ущерба снижается за счёт софинансирования риска этим другим субъектом. Примером данного метода является хеджирование — операция, предназначенная для снижения вероятных потерь вложений вследствие рыночного или кредитного риска.

Метод покрытия убытка на основе поддержки государственных органов заключается в софинансировании ущерба компании государственными или муниципальными органами. Данный метод, как правило, используется после наступления ущерба такого размера и характера, которые могут вызвать социальную нестабильность. В этом случае государство может принять на себя полную или частичную ответственность по возмещению ущерба для предотвращения социальной нестабильности.

Метод покрытия убытка на основе спонсорства состоит в снижении риска за счёт привлечения спонсоров. Этот метод применяется в том случае, когда после наступления рискованного события становится очевидным факт невозможности покрытия убытков носителем риска. Данный метод нельзя рассматривать как основной, так как степень его использования зависит от возможностей и щедрости спонсора.

Анализ методов управления риском приводит к выводу: любое действие, направленное на снижение риска имеет свою «цену». Как правило, наиболее эффективный результат возможно получить при комплексном использовании различных методов. Задача риск-менеджера — комбинируя методы друг с другом в самых различных сочетаниях, достичь оптимальной соотноси-

тельности между уровнем достигнутого снижения риска и необходимыми для этого дополнительными затратами.

Список литературы:

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. / А.Б. Борисов. М.: Книжный мир, 2010. — 860 с.
2. Ермасова Н.Б. Риск-менеджмент организации: учебно-практическое пособие / Н.Б. Ермасова. М.: Дашков и К, 2013. — 380 с.
3. Марцынковский Д.А. Руководство по риск-менеджменту / Д.А. Марцынковский, А.В. Владимирцев, О.А. Марцынковский. СПб.: Береста, 2007. — 331 с.
4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. / С.И. Ожегов. М.: ИТИ ТЕХНОЛОГИИ, 2005. — 944 с.
5. Лавренчук Е.Н., Мингалева Ж.А. Риск-менеджмент и экономическая безопасность предприятия // Российское предпринимательство. — 2010. — № 4. — С. 45—48.
6. Сайт Клуба российских риск-менеджеров [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.riskmanager.ru>
7. Сайт Международной организации по стандартизации (ИСО) [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.iso.org/iso/ru>

СЕКЦИЯ 3. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ: ФАКТОРЫ РОСТА

Иванов Дмитрий Сергеевич

*студент 3 курса, кафедра финансов, денежного обращения и кредита,
НовГУ им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород
E-mail: Dmitry-Sergeevich65@yandex.ru*

Васильева Нелли Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, кафедра
бухгалтерского учёта, анализа и аудита, НовГУ им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород*

Инвестиции в экономике любой страны — основополагающий фактор её успешного развития, так как, являясь источником накопления капитала различных организаций, они представляют собой основу для расширенного воспроизводства, что, в свою очередь, в значительной мере определяет темпы экономического роста, как страны, так и отдельно взятого региона.

Интенсивность, эффективность инвестирования в экономику региона зависит от целого ряда факторов, которые, подвергаясь анализу и обработке с помощью различных экономико-математических методов, становятся основой для формирования обобщающих показателей, выступающих индикаторами инвестиционной привлекательности. Одним из наиболее широко используемых показателей инвестиционной привлекательности региона является его инвестиционный потенциал. Данная экономическая категория не имеет однозначной трактовки ввиду того, что в основу её определения могут быть положены разные признаки.

О.Г. Ултургашева, А.В. Лавренко, Д.А. Профатилов, исследуя экономическую сущность инвестиционного потенциала региона на основе анализа различных трактовок, отмечают, что, определяя инвестиционный потенциал

как возможность вложения денежных средств в данную территорию (регион), нужно рассматривать как минимум три толкования:

- физическая возможность хозяйствующих субъектов в рамках данного региона и вне его вкладывать средства в экономику территории, определяемая наличием свободных денежных средств;
- инвестиционный потенциал как числовой показатель инвестиционной привлекательности региона;
- инвестиционная ёмкость региона, как показатель физической возможности и готовности субъектов хозяйствования региона воспринять инвестиционные средства [8].

А.В. Русавская даёт схожее обобщающее определение данной экономической категории как степени возможности вложений средств в различные активы с целью извлечения прибыли или иных народнохозяйственных результатов, но при этом считает важным отметить, что некоторые специалисты под инвестиционным потенциалом понимают «определённым образом упорядоченную совокупность инвестиционных ресурсов, позволяющих добиться эффекта синергизма при их использовании» [6].

По мнению Ф.З. Семеновой, инвестиционный потенциал — это максимально возможный объём средств (за счёт всех источников и с учётом существующей экономической ситуации), который может быть использован для инвестиций [7].

Таким образом, обобщая мнения специалистов, можно дать следующее определение: инвестиционный потенциал — это возможность осуществления вложения средств в экономику региона для выполнения поставленных экономических и социальных задач.

Ведущее российское рейтинговое агентство «Эксперт РА», составляя рейтинги инвестиционной привлекательности регионов Российской Федерации, оценивает её с помощью двух показателей: инвестиционный потенциал и инвестиционный риск. Суммарный инвестиционный потенциал региона складывается из 9 частных показателей: трудового, финансового,

производственного, потребительского, институционального, инфраструктурного, природно-ресурсного, туристического и инновационного потенциалов, каждый из которых, в свою очередь, включает группу уточняющих показателей [5].

Трудовой потенциал представляет собой интегральный показатель качественных и количественных характеристик имеющихся в регионе трудовых ресурсов.

Финансовый потенциал — это совокупность накопленных финансовых ресурсов, которые могут быть использованы для осуществления инвестиций.

Производственный потенциал представляет собой совокупность факторов производства, которые могут быть задействованы в инвестиционном процессе для воспроизводства капитала.

Потребительский потенциал можно охарактеризовать как потенциальный объем продаж определённого товара, детерминантами которого выступают величина спроса на товар, уровень доходов домохозяйств, сложившаяся на данный момент рыночная конъюнктура и другие факторы.

Институциональный потенциал представляет собой степень развитости организационно-правовых механизмов, обеспечивающих и в известной степени регулирующих функционирование инвестиционных процессов.

Под инфраструктурным потенциалом следует понимать способность имеющейся производственной и социальной инфраструктуры создать нормальные условия функционирования инвестиционного процесса.

Природно-ресурсный потенциал представляет собой наличие запасов природно-сырьевых ресурсов и материалов, которые могут быть задействованы в процессе воспроизводства.

Туристический потенциал региона определяется степенью его привлекательности для туризма, обусловливаемой рядом факторов, таких как географическое положение, наличие развитой инфраструктуры, рекреационных ресурсов и др.

Инновационный потенциал можно охарактеризовать как степень развитости научно-исследовательской деятельности, выражающейся в таких

результатах, как масштабы достижений в области научно-технического прогресса и их внедрения в производственно-технологические процессы.

Одним из главных факторов, определяющих относительное преимущество Новгородской области над некоторыми регионами России в части привлечения инвестиций, является выгодное геостратегическое положение в транспортном коридоре, соединяющем города Москву и Санкт-Петербург, что позволяет осуществлять удобную транспортировку грузов.

На территории области успешно функционирует крупнейшее в Европе предприятие по производству минеральных удобрений ОАО «Акрон», большая часть продукции которого отправляется на экспорт.

Дополнительным привлекательным фактором является богатое культурно-историческое наследие Новгородского региона и его туристско-рекреационный потенциал.

Однако, нельзя не отметить, что существует и ряд факторов, которые оказывают отрицательное влияние на общий инвестиционный потенциал Новгородской области и, соответственно, привлекательность для инвесторов. Регион имеет невысокий общий ресурсный потенциал. Имеет место деградация сельской местности, а также непрерывная на протяжении последних лет естественная убыль населения, что обуславливает невысокий уровень привлекательности потребительского рынка для инвесторов.

Стоит отметить, что относительная близость региона к двум крупнейшим городам Российской Федерации в определённой мере является фактором для оттока трудовых (в том числе высококвалифицированных) и финансовых ресурсов в данные субъекты, которые имеют значительное превосходство над Новгородской областью в экономическом развитии.

Вышеназванные основные инвестиционные преимущества и недостатки Новгородской области находят отражение в ежегодно составляемых «Эксперт РА» рейтингах регионов Российской Федерации по инвестиционной привлекательности, одной из составляющих которых являются рейтинги инвестиционного потенциала регионов, а также раскрывающих его частных потенциалов.

Анализ предоставленных «Эксперт РА» данных позволяет сделать вывод, что за последние 8 лет доля Новгородской области в общероссийском инвестиционном потенциале незначительно увеличилась — на 0,082 п. п. — и на 2012 год по-прежнему относительно мала — 0,501 %. При этом стабильный рост доли с 2005 по 2010 год в 2011 и 2012 годах сменился спадами. Данные изменения нашли отражение и в положении Новгородского региона в рейтинге инвестиционного потенциала среди субъектов Российской Федерации — 66-е место в 2005 году и 64-е — в 2012 году [4].

Второй важный фактор инвестиционной привлекательности региона — инвестиционный риск — интегральный показатель, определяющий теоретическую вероятность потерять вложенные средства инвестором, исходя из социальной, экономической, финансовой, криминальной, экологической, управленческой составляющих общей ситуации, сложившейся в регионе. Новгородская область по данному показателю в 2012 году заняла 43-е место в рейтинге регионов России.

По инвестиционной привлекательности, согласно оценкам «Эксперт РА», Новгородская область имеет рейтинг 3В2 — «незначительный потенциал — умеренный риск».

Для характеристики сложившейся за последние годы ситуации в сфере инвестиций в Новгородском регионе были исследованы динамические ряды структуры инвестиций в основной капитал, составленной на основе общепринятых классификационных признаков.

Технологическая структура инвестиций в основной капитал организаций Новгородской области за период 2005—2012 годов изменялась следующим образом: если в 2005—2006 годах наибольший удельный вес имели капитальные вложения в машины, оборудование и транспортные средства (52,2 % и 57,5 % соответственно), то в 2007 году он резко сократился (на 13,6 п.п.), и с 2008 года сложилась следующая ситуация: наибольший удельный вес имели вложения в новое строительство, модернизацию, реконструкцию и приобретение зданий и сооружений. В 2012 году имела место следующая видовая структура: жилища — 21,5 %, здания и сооружения —

43,8 %, машины, оборудование и транспортные средства — 32,3 %, прочие капитальные вложения — 2,4 % [1, 2, с. 78].

Начиная с 2005 года, наблюдается повышательная тенденция доли привлечённых средств в качестве источника финансирования реальных инвестиций. В 2005 году их удельный вес составлял 51,3 %, в 2008 году — 67,0 %, в 2010 году — 76,5 %. Определённое сокращение произошло в 2012 году — 65,2 % привлечённых и 34,8 % собственных средств. Стоит отметить, что на фоне нестабильных темпов роста бюджетного финансирования капитальных вложений выделяется устойчивый рост привлечённых за счёт банковского кредитования средств [1, 2, с. 79].

В 2005 году в структуре инвестиций в основной капитал организаций Новгородской области по формам собственности российская имела удельный вес 67,4 % (в том числе частная — 43,7 %), в 2010 году — 90,7 % (74,0 %), в 2012 году — 82,3 % (56,0 %) [1, 2, с. 79].

Отраслевая структура инвестиций в основной капитал за последние годы остаётся достаточно стабильной в части преобладания вложений в обрабатывающие производства (26,7 % в 2012 году), производство и распределение электроэнергии, газа и воды (20,5 %), транспорт и связь (18,2 %). При этом доля последней отрасли значительно сократилась по сравнению с 2011 годом, а доля первых двух — заметно увеличилась. Обращает на себя внимание резкое увеличение удельного веса капитальных вложений в добычу полезных ископаемых: если за период 2005—2011 годов он не превышал 0,1 % (ввиду низкого природно-ресурсного потенциала региона), то в 2012 году он резко увеличился до 1,6 % при темпе роста инвестиций 1950,2 % по сравнению с 2011 годом [1, 2, с. 79]. В определённой мере это объясняется увеличением объёмов в сфере дорожного и гражданского строительства, которое привело к росту добычи песка и песчано-гравийных смесей в Крестецком и Валдайском районах в 8 раз, в Шимском районе — в 12 раз [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что за последние несколько лет произошли изменения в структуре инвестиций в основной капитал организаций Новгородской области по ряду признаков.

Несмотря на в целом положительные тенденции в части темпов роста инвестиций в Новгородский регион, как уже было отмечено ранее, общий инвестиционный потенциал области остаётся на достаточно низком уровне. Позиции, которые она занимает в течение последних лет в рейтингах инвестиционной привлекательности, являются важными индикаторами для представителей предпринимательских структур, стоящих перед выбором региона, в экономику которого будут осуществлены инвестиционные вливания.

Относительно невысокий инвестиционный потенциал Новгородской области складывается из ряда факторов — частных потенциалов, — которые требуют повышенного внимания со стороны органов государственной власти и местного самоуправления и принятия соответствующих стратегических решений, способных обеспечить их качественный и количественный рост.

Рассматривая составляющие инвестиционного потенциала региона, считаем, что улучшение данных показателей находится в тесной связи — то есть нельзя в одностороннем порядке улучшать конкретный показатель без принятия соответствующих мер по связанному с ним аспекту социально-экономического развития региона. В частности повышение потребительского потенциала Новгородской области невозможно без осуществления действий по улучшению демографической ситуации, которая в последние годы в целом негативна. Кроме этого, демографические тенденции оказывают прямое влияние на трудовой потенциал региона.

Для перехода от естественной убыли населения региона к стабильному ежегодному приросту необходимо выполнить комплекс задач, основными из которых являются:

- укрепление здоровья населения и, как следствие, увеличение продолжительности жизни;

- создание предпосылок для повышения рождаемости, таких как улучшение репродуктивного здоровья, социальная и материальная поддержка семей с детьми;

- формирование, прежде всего, средствами массовой информации, у общества устойчивого мнения о приоритете семьи.

Улучшение трудового потенциала региона связано с повышением качества образования на всех уровнях, а также квалификации рабочей силы. Однако, необходимо уделять внимание и количественным характеристикам — оказывать содействие по увеличению лиц с высшим и средним профессиональным образованием с целью обеспечения возможностей восполнения выбывающих трудовых ресурсов.

Для повышения научно-инновационного потенциала региона необходимо содействие деятельности учёных — создание условий и оказание достаточной материальной поддержки для научных исследований и осуществления проектов, а также способствование внедрению достижений науки и техники в производственные процессы. Исходя из того, что главным субъектом в процессе инновационного развития региона является человеческий капитал, необходима выработка мер по стимулированию молодых специалистов к занятию научной деятельностью. Важной составляющей повышения инновационного потенциала является налаживание связей с другими регионами страны, а также выход на уровень международного сотрудничества в сфере высоких технологий.

Повышение инвестиционной привлекательности Новгородского региона в части сельскохозяйственного потенциала, главным образом, связано с созданием необходимой социальной инфраструктуры, являющейся важным условием для привлечения в данную сферу народного хозяйства специалистов различных направлений и обеспечения нормального функционирования производственных процессов.

Непременным условием роста инвестиционного потенциала региона является выработка органами власти системных целей и задач, определяющих

стратегические направления в достижении экономической и социальной стабильности, комплекса конкретных мероприятий для их последовательной реализации, а также контроля за чётким исполнением принятых решений. Важными условиями для осуществления инвестиций являются создание политической стабильности в регионе, проведение экономической политики, направленной на стимулирование инвестиционной деятельности.

Политическую ситуацию в Новгородской области можно охарактеризовать как стабильную, также следует отметить конструктивное сотрудничество органов законодательной и исполнительной власти.

Экономическая политика, проводимая региональными органами власти, характеризуется устойчивостью и непрерывностью осуществляемых на протяжении последних нескольких лет реформ, созданием благоприятных условий для осуществления инвестиций в реальный сектор экономики, ориентацией на развитие малого и среднего предпринимательства.

Инвестиционное законодательство Новгородской области гарантирует инвесторам предоставление различных налоговых льгот, защиту от риска со стороны Правительства Новгородской области, а также выделение в регионе 5 зон экономического благоприятствования — муниципальных районов, на территории которых осуществляющие деятельность предприятия освобождаются от уплаты налогов на имущество и на прибыль, а также получают возмещение по части налога на прибыль, перечисляемой в федеральный бюджет.

Воздействие на инвестиционный потенциал оказывают результаты проведения мероприятий общей социально-экономической политики, тактика и стратегия которой закрепляются соответствующими нормативно-правовыми актами. В Новгородской области на текущий и ближайшие периоды основными нормативными актами в данной сфере являются Областной закон «Концепция социально-экономического развития области на 2012—2014 годы» и Областной закон «О Стратегии социально-экономического развития Новгородской области до 2030 года».

Степень эффективности проведения социально-экономической политики органами региональной власти и местного самоуправления Новгородской области, а также внесение в ходе её реализации необходимых коррективов в значительной мере определяют направление в изменении инвестиционного потенциала региона и общий экономический рост.

Список литературы:

1. Инвестиции в России // Росстат. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1136971099875 (дата обращения: 30.07.2013 г.).
2. Новгородская область в цифрах. 2013. Новгородстат. Великий Новгород, 2013. — 104 с.
3. Новгородская область по добыче полезных ископаемых — первая в СЗФО // Портал Правительства Новгородской области. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://region.adm.nov.ru/press/news/press/45247> (дата обращения: 2.08.2013 г.).
4. Регионы: Новгородская область. Составляющие рейтинга инвестиционного потенциала // Рейтинговое агентство «Эксперт РА». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://raexpert.ru/database/regions/novgorod/paramgroup_id/120 (дата обращения: 26.07.2013 г.).
5. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России 2011—2012: Укротители рисков // Рейтинговое агентство «Эксперт РА». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://raexpert.ru/ratings/regions/2012> (дата обращения: 23.07.2013 г.).
6. Русавская А.В. Инвестиции и инвестиционный потенциал региона // Управление экономическими системами. — 2012. — № 1. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.uecs.ru/uecs-37-372012/item/988-2012-01-28-05-36-33> (дата обращения: 23.07.2013 г.).
7. Семенова Ф.З. Инвестиционный климат и потенциал активизации инвестиционной деятельности региона // Аудит и финансовый анализ. — 2009. — № 1. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.auditfin.com/fin/2009/1/Semenova/Semenova%20.pdf> (дата обращения: 23.07.2013 г.).
8. Ултургашева О.Г., Лавренко А.В., Профатилов Д.А. Экономическая сущность и структура инвестиционного потенциала региона // Проблемы современной экономики. — 2011. — № 1 (37). [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3500> (дата обращения: 23.07.2013 г.).

ФУНКЦИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ ДОШКОЛЬНОГО, ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО И ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ГОРОДА САМАРЫ В СИСТЕМЕ КРИВЫХ ЛОРЕНЦА

Карпова Ирина Николаевна

студент 5 курса, факультет двигателей летательных аппаратов
СГАУ им. академика С.П. Королёва
(национальный исследовательский университет),
г. Самара

E-mail: partizanka1992@bk.ru

Осипов Александр Иванович

научный руководитель, канд. тех. наук, доцент
СГАУ им. академика С.П. Королёва
(национальный исследовательский университет),
г. Самара

Одна из главных задач каждого стабильного государства — оптимальное распределение доходов населения. Данное распределение называется кривой Лоренца. На рис. 1 представлены кривые Лоренца для разных стран [1, с. 55].

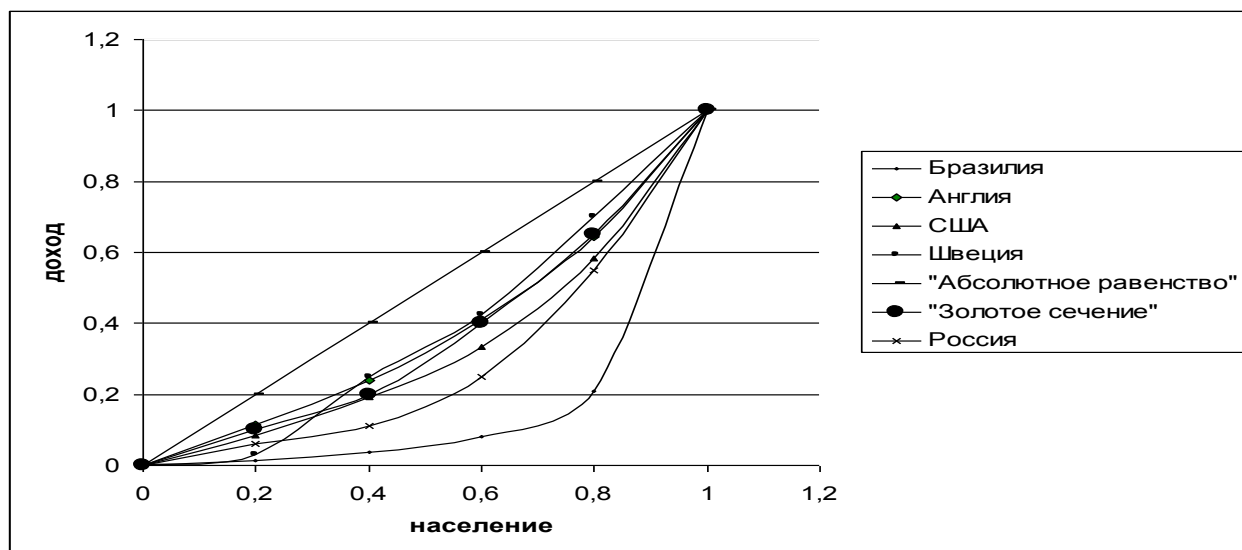


Рисунок 1. Кривые Лоренца для Англии, Швеции, Бразилии, США, России, «Золотого сечения» и «Абсолютного равенства» доходов

Методика нахождения идеальной кривой Лоренца может быть построена на использовании правила «Золотого сечения». Если кривая Лоренца представляет собой график вида $y=x^n$, то по данным работы [1, с. 56] $n_{з.с.}=1,618$.

Пусть кривая Лоренца показывает, какую часть совокупной заработной платы учреждения получает каждая доля высокооплачиваемых и низкооплачиваемых сотрудников.

По оси абсцисс укажем относительный табельный номер сотрудника:

$$x_i=i/m \quad (1)$$

где: m — число сотрудников;

i — табельный номер.

По оси ординат укажем накопительную относительную заработную плату сотрудников — функцию распределения:

$$y_i = \sum_{i=1}^i z_i / \sum_{i=1}^m z_i \quad (2)$$

где: z_i — заработная плата сотрудников с номером i в порядке возрастания.

Очевидно, что чем ближе функция распределения к диагонали — «Абсолютному равенству», тем равномернее распределена заработная плата среди сотрудников (Рис. 1). Нахождения коэффициента эластичности (показателя степени) функции распределения заработной платы для каждого учреждения (детский сад, школа, кафедра университета) проведём с помощью логарифмирования x и y :

$$n_i=Lgy_i/Lgx_i \quad (3)$$

и осреднения результатов [1, с. 57]:

$$n_{ср.} = \sum n_i/m, \quad (4)$$

где: n_i — коэффициент эластичности (показатель степени).

Проанализируем данные для кафедры университета (Рис. 2) по предлагаемой методике (Табл. 1.).

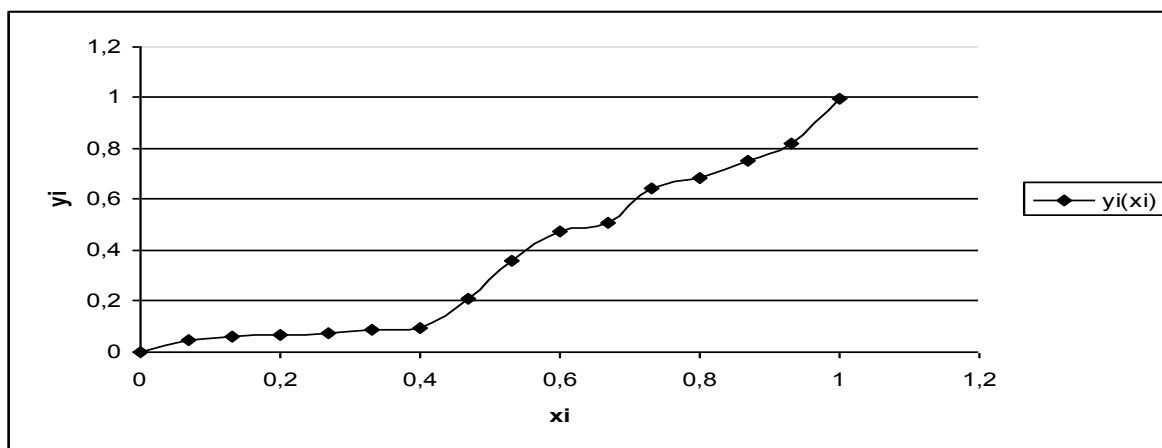


Рисунок 2. Исходные данные для кафедры университета

Таблица 1.

Распределение относительной заработной платы работников на кафедре университета

Y	LgY	X	LgX	$n(LgY/LgX)$	$Y_T=X^n$	f(x)
0	-	0	-	-	0	-
0,045	-1,35	0,07	-1,15	1,17	0,011	0,22
0,063	-1,20	0,13	-0,89	1,36	0,031	0,34
0,071	-1,15	0,20	-0,70	1,65	0,064	0,47
0,078	-1,11	0,27	-0,57	1,95	0,107	0,58
0,085	-1,07	0,33	-0,48	2,22	0,150	0,67
0,095	-1,02	0,40	-0,40	2,57	0,209	0,76
0,212	-0,67	0,47	-0,33	2,05	0,275	0,86
0,361	-0,44	0,53	-0,28	1,61	0,338	0,93
0,471	-0,33	0,60	-0,22	1,47	0,418	1,02
0,508	-0,29	0,67	-0,17	1,69	0,504	1,10
0,645	-0,19	0,73	-0,14	1,39	0,584	1,17
0,682	-0,17	0,80	-0,10	1,72	0,683	1,25
0,751	-0,12	0,87	-0,06	2,05	0,788	1,33
0,821	-0,09	0,93	-0,03	2,73	0,883	1,39
1	0	1	0	0	1	1,46
Среднее: 1,71						

С помощью добавления линии тренда на диаграмму рис. 3 в среде «MS Excel» мы также можем получить уравнение вида $Lgy=nLgx$, где коэффициент n при Lgx является показателем степени функции распределения на рис. 2 $n_1=1,71$. По данным регрессионного анализа величина достоверности аппроксимации достаточно значительная: коэффициент детерминации $R^2=0.856$ (Рис. 3).

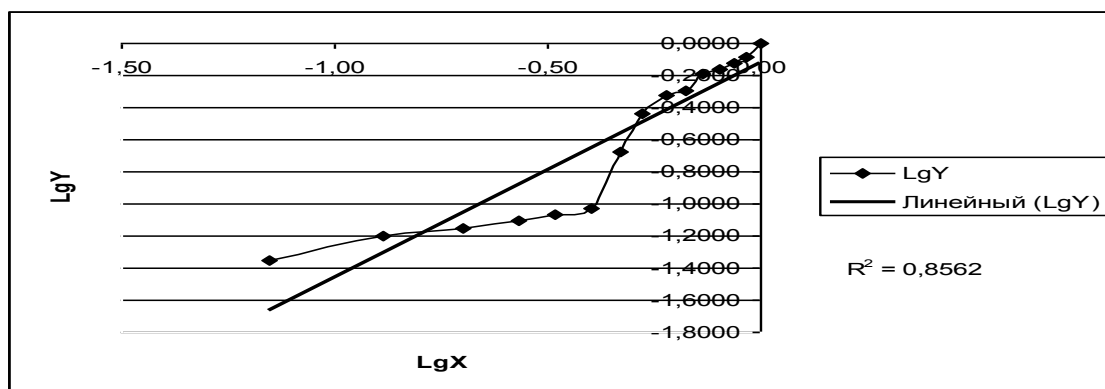


Рисунок 3. Определение показателя степени функции распределения заработной платы для кафедры университета

На рис. 4 видно, что для кафедры университета теоретические значения ($y_T=x^{1.71}$) неплохо совпадают с исходными данными (y), из чего можно сделать вывод, что выбранная степенная функция хорошо описывает функцию распределения заработной платы.

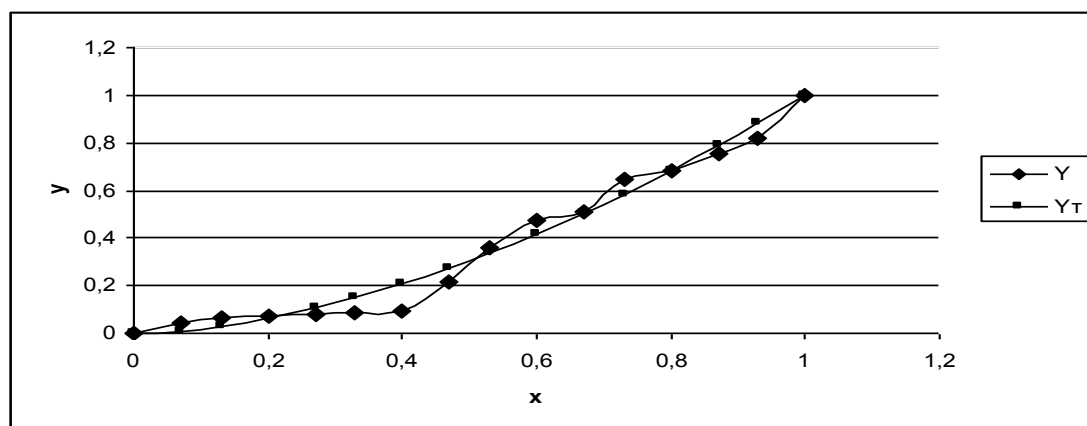


Рисунок 4. Функция распределения заработной платы на кафедре университета

Вид $y=x^n$ функции распределения заработной платы носит универсальный характер и может быть использован при оценке дифференциации доходов любого учреждения, так как переменные x и y являются относительными. Зная лишь одно экспериментальное значение и эластичность кривой, можно построить распределение заработной платы всего учреждения.

Для проверки универсальности вида функции распределения рассмотрим данные по заработной плате в детском саду (Рис. 5).

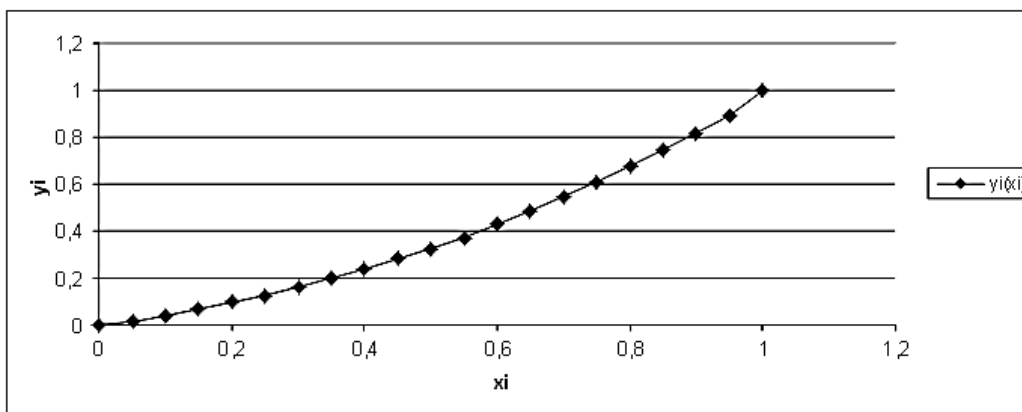


Рисунок 5. Исходные данные для детского сада

Здесь по результатам регрессионного анализа коэффициент эластичности равен $\eta_2=1.55$. Следует отметить, что полученная степенная функция $y_T=x^{1.55}$ очень точно ($R^2=0.998$) описывает распределение исходных данных.

Аналогично рассмотрим распределение заработной платы в школе (Рис. 6).

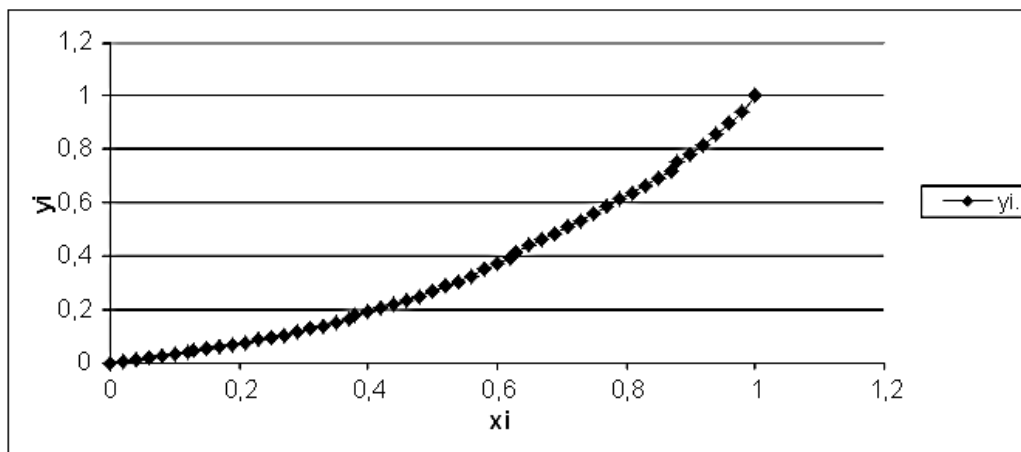


Рисунок 6. Исходные данные для школы

В этом случае по данным регрессионного анализа (величина достоверности аппроксимации: $R^2=0.988$) коэффициент эластичности $n_3=1.87$. Для школы теоретическое значение функции распределения $y_T=x^{1.87}$ хорошо совпадает с экспериментальным, из чего можно сделать вывод, что выбранный степенной вид функции и в этом случае точно описывает закон распределения заработной платы [2, с. 591].

Проанализировав на рис. 7 показатели степени функции распределения доходов населения разных стран, а также функции распределение зарплаты в рассматриваемых учреждениях, можно прийти к выводу, что в целом заработные платы в образовательных учреждениях города Самары имеют более равномерное распределение, чем в целом по Российской Федерации.

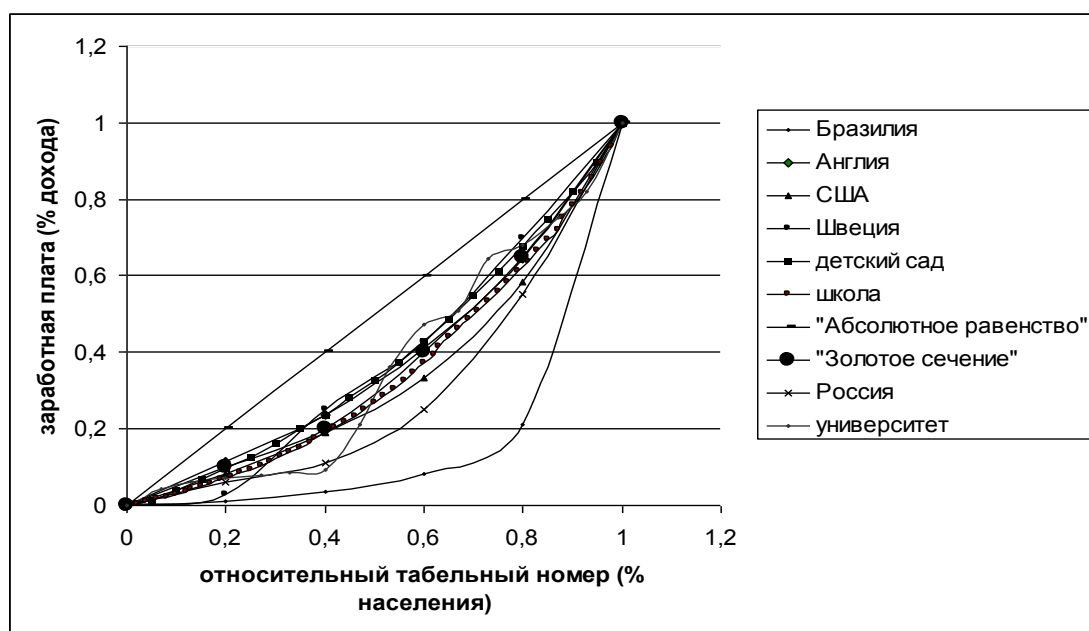


Рисунок 7. Функция распределения доходов

В результате работы была определена (Рис. 8) вероятностная плотность функции распределения доходов европейских стран и зарплаты исследуемых образовательных учреждений города Самары (Табл. 1) по формуле

$$f(x)=dy/dx=(d/dx)*x^n=nx^{n-1} \quad (5)$$

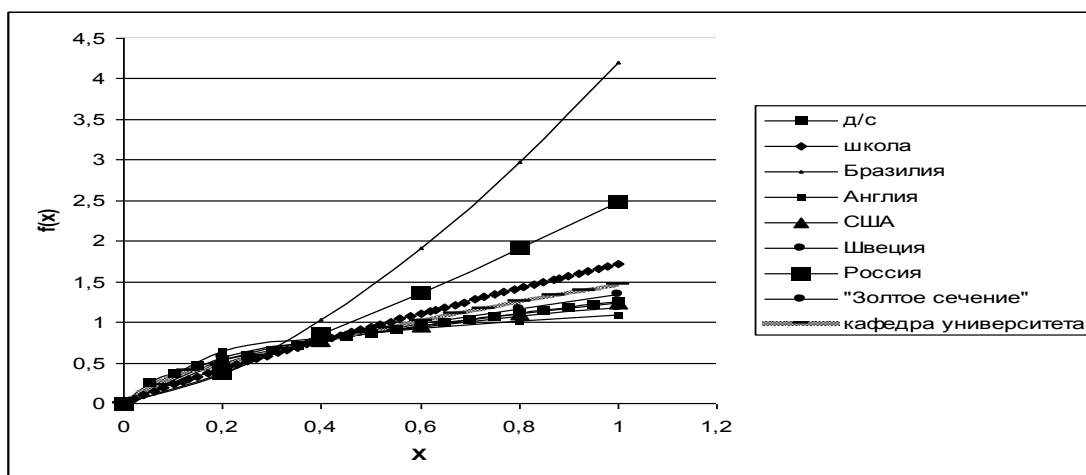


Рисунок 8. Вероятностная плотность функции распределения

Выводы:

- Предложена методика нахождения функция распределения заработной платы для ряда учреждений города Самары.
- Обнаружена близость кривых Лоренца распределения доходов работников в США ($n_{\text{сша}}=1.51$) и детского сада ($n_2=1.55$).
- Распределение зарплаты работников школы ($n_3=1.87$) ближе расположено к «золотому сечению» ($n_{\text{з.с.}}=1.618$).
- Распределение зарплаты сотрудников кафедры университета занимает среднее положение между кривыми детского сада и школы: $n_3 = (n_1 + n_2)/2$.
- Впервые введена в рассматриваемом анализе функция распределения заработной платы и её плотность.

Список литературы:

1. Медведко В.А., Осипов А.И. Модель государственного управления распределением доходов населения/ Альянс наук: вчений вченому: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 25—26 лют. 2011 р. : У 8 т. Днепропетровск: Біла К.О., 2011. Т. 1: Державне управління. — 2011. — 80 с. — с. 55—64.
2. Karpova I.N., Osipov A.I., Municipal establishments the salary distribution method in the Lorenz's curves system/ European Science and Technology [Text]: materials of the IV international research and practice conference, Vol. I, Munich, April 10th — 11th, 2013 / publishing office Vela Verlag Waldkraiburg Munich Germany, 2013 — 776 p. — p. 586—593.

**ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ
РЕГИОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРА МАЛОЙ ЭНЕРГЕТИКИ
НА ТЕРРИТОРИИ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Лоншакова Виктория Васильевна

*студент IV курса, кафедра ЭОУ БИТТУУ,
г. Балаково*

E-mail: ledyviktory.93@mail.ru

Бирюкова Анастасия Петровна

*студент IV курса, кафедра ЭОУ БИТТУУ,
г. Балаково*

E-mail: nas002009@yandex.ru

Кочеваткина Элина Фаритовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент БИТТУУ,
г. Балаково*

Большинство регионов Российской Федерации испытывает значительные трудности, связанные с обеспечением и поддержанием темпов социально-экономического развития территории. Исторически сложившаяся монофункциональность экономики российских регионов, большая зависимость территориальных производственно-хозяйственных комплексов от энерго-ресурсов и недостаток стратегических инвестиционных проектов в развитие территории обуславливают необходимость разработки и реализации новых подходов к региональному развитию.

На современном этапе общественного развития наибольший интерес вызывает кластерный подход к управлению регионом. Положительный опыт европейских стран в использовании кластерной модели развития регионов свидетельствует о том, что, при условии адаптации к российским условиям, данный подход может успешно применяться в России.

Использование теории кластеров позволяет решить широкий спектр региональных социально-экономических задач: усилить конкурентоспособность предприятий, добиться повышения инвестиционной привлекательности региона, развития его инфраструктуры, а также повысить занятость

населения и увеличить налоговые поступления в бюджеты всех уровней [1, с. 3].

Наибольшую актуальность использование кластерного подхода к развитию экономики региона приобретает для субъектов малого и среднего бизнеса, поскольку данные предприятия оказываются самыми уязвимыми и подверженными производственно-финансовым рискам в условиях высокой неопределенности, сопровождающей рыночную экономику.

Пространственная организация и структурирование экономики в рамках отдельного региона позволит обеспечить предприятиям, осуществляющим производственно-хозяйственную деятельность на данной территории, устойчивость позиции и развитие на конкретном сегменте рынка за счет формирования устойчивых деловых связей в цепи «поставщик-производитель знаний-посредник-сборщик-дистрибьютер-покупатель».

Таким образом, кластер представляет территориально локализованную, обособленную в отрасли группу предприятий, сочетающую формальную самостоятельность и внутреннюю конкуренцию с кооперацией, наличием единого центра и системы сервисных услуг, цель функционирования которой заключается в реализации наиболее эффективным способом ключевых компетенций территории присутствия и достижения синергетических эффектов от взаимосвязанного и взаимодополняющего функционирования [5].

Европейская практика кластеризации региональной экономики свидетельствует о том, что формирование территориального кластера может происходить либо в ходе осуществления экономическими субъектами производственно-хозяйственной деятельности и концентрации их вокруг лидеров региональной экономики (так называемое «ядро» кластера), либо инициируется органами государственной власти федерального и регионального уровней.

Независимо от того, по чьей инициативе происходит формирование территориального кластера, для его организации необходимы определенные

условия, которые благоприятно повлияют на дальнейшее социально-экономическое развитие региона:

- функционирование значительного числа малых и средних предприятий, использующих сходные производственные технологии и/или имеющих профессиональную специализацию, направленную на выпуск одного или нескольких изделий;

- наличие совокупности предприятий, взаимодействующих в рамках единого бизнес-процесса, использующего конкурентные преимущества территории и ориентированного на динамично развивающийся сегмент рынка;

- наличие крупной научной организации, обладающей значительным потенциалом в области коммерциализации результатов научно-исследовательских разработок; высоко квалифицированных трудовых ресурсов; свободных инвестиционных площадок;

- наличие хорошо развитой инвестпроводящей инфраструктуры, обеспечивающей промышленно-экономическое развитие территории (технопарки, бизнес-инкубаторы, индустриальные зоны и т. д.);

- применение практики деловых встреч, ярмарок и т. д. для обмена опытом и встреч деловых партнеров;

- «включение» режима максимального благоприятствования в процессе реализации политики региональной администрации.

Важным элементом кластерного подхода является то, что программа развития в этом случае ориентирована на развитие необходимой инфраструктуры как физической, так и поддерживающей промышленное развитие, а не на проекты создания новых производств [2, с. 28—29].

В рамках заявленного исследования изучались возможность и варианты кластерного развития территории Саратовской области. Данный регион относится к крупным индустриально-аграрным регионам РФ, на территории которого действуют более пяти тысяч экономических субъектов. Производственный сектор Саратовской области имеет многоотраслевую

структуру. Тем не менее, промышленный облик территории определяют машиностроение, энергетика и химическое производство.

Сравнение структуры валового регионального продукта Саратовской области со структурой суммарного валового регионального продукта субъектов РФ свидетельствует о том, что доля добавленной стоимости такого вида деятельности как «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды» существенно (в 2,3 раза) выше, чем в среднем по России. Это определяет значимую роль региона в качестве «энергетического донора» национальной экономики [4, с. 3—4, 12].

В настоящее время процесс передачи и поступления электроэнергии потребителю обеспечивается деятельностью крупных энергетических компаний, имеющих сложную иерархическую схему производства, передачи, распределения и сбыта электрической энергии, которая включает множество посредников. Более того, реформирование электроэнергетической отрасли и реализация мер по формированию оптового и розничных рынков электроэнергии предопределяет законодательно регламентируемое создание инфраструктуры рынков электроэнергии, включающую в себя системного оператора, администратора торговой системы, федеральную и региональные сетевые компании [3]. Данное обстоятельство также способствует росту тарифов на энергоносители, которые для многих потребителей становятся попросту недоступными.

В условиях постоянного удорожания тарифов на ресурсы производства, независимая генерация электрической энергии, а также сопутствующей и поэтому доступной, дешевой тепловой энергии является оптимальным способом снизить текущие операционные затраты для промышленных предприятий различных отраслей, субъектов малого и среднего бизнеса, организаций, оказывающих жилищно-коммунальные услуги, и объектов социального назначения.

Таким образом, создание кластера малой энергетики на территории Саратовской области даст возможность отдельным категориям потребителей не зависеть от централизованного энергоснабжения.

В отдельных городах России уже действуют кластеры малой энергетики. Например, Ассоциация малой энергетики Урала, основной целью создания и деятельности которой является формирование рынка малой энергетики и оказание поддержки населению и малому и среднему бизнесу Уральского федерального округа за счет снижения стоимости потребляемой ими электроэнергии.

Опыт эффективного использования потенциала развития малой энергетики может быть использован для создания кластера малой энергетики в Саратовской области.

Наглядно процесс функционирования и взаимосвязь субъектов регионального кластера малой энергетики представлен на рис. 1.



Рисунок 1. Схема взаимодействия предприятий в кластере

Кластерообразующими предприятиями малой энергетики Саратовской области могут стать «Волжский дизель имени Маминых» и ОАО «Сарэнергомаш», производственный потенциал которого достаточен для производства малых теплоэнергетических комплексов. Принцип работы данного энергетического оборудования заключается в переработке газа в электро- и теплоэнергию. Его применение обеспечивает низкую стоимость вырабатываемой электричества и тепла. Соответственно, положительный эффект от использования малых теплоэнергетических комплексов проявляется в коротких сроках окупаемости, низком расходе топлива, большом моторесурсе и долговечности, экологической безопасности. Кроме того, потребители смогут отслеживать количество потребляемых энергоносителей.

На сегодняшний момент группой исследователей научной лаборатории «Энерго- и ресурсосбережение» БИТТиУ (филиал) ФГБОУ ВПО СГТУ им. Гагарина Ю.А. подготовлено проектное предложение по созданию и вводу в эксплуатацию малых теплоэнергетических комплексов.

Ресурсное обеспечение, необходимое для создания кластера малой энергетики, представлено региональными и муниципальными органами управления, на которых возлагается функция контроля соблюдения баланса интересов субъектов кластера.

Обеспеченность трудовыми ресурсами предполагает наличие профессионально-квалификационных характеристик у персонала предприятий, входящих в состав кластера малой энергетики.

Значительную роль в обеспеченности трудовыми ресурсами кластера малой энергетики играют профессиональные образовательные учреждения, в частности Саратовский государственный технический университет и Балаковский институт техники, технологии и управления (филиал СГТУ), обеспечивающие подготовку высококвалифицированных кадров.

Научный и интеллектуальный капитал представлен рядом профессиональных учебных заведений. Развитие научного и интеллектуального капитала для целей создания кластера малой энергетики в основном обеспечивает

ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.» и его филиал — Балаковский институт техники, технологии и управления, на базе которого осуществляют деятельность: научно-внедренческая лаборатория «Энергосберегающие технологии»; инженерно-консультационный центр «Крансервис», созданный на базе научно-технического парка «ВОЛГА-техника»; научно-исследовательская лаборатория социальных исследований. Цели и основные направления деятельности научных структурных единиц представлены в табл. 1.

Таблица 1.

**Цели и направления деятельности структурных единиц
Балаковского института техники, технологии и управления**

Тип научной структурной единицы	Цель научной деятельности	Направления исследовательской работы
Научно-внедренческая лаборатория «Энергосберегающие технологии»	Внедрение инновационных разработок для обеспечения выпуска экономически эффективной и конкурентоспособной продукции у заказчика на основе реализации энергоэффективных мероприятий и взаимовыгодного сотрудничества.	Использование вторичных энергоресурсов двигателя внутреннего сгорания различного назначения на технологические нужды; Разработка технико-экономического обоснования, применения автономного источника электроэнергии; Подбор и поставка автономных источников электроэнергии заказчику; Перевод двигателя внутреннего сгорания на высокотемпературное охлаждение различного назначения.
Инженерно-консультационный центр «Крансервис»	Проведение и организация научно-исследовательских и опытно конструкторских работ в области повышения промышленной безопасности подъемных сооружений, строительных и дорожных машин и оборудования, переподготовки инженерных кадров предприятий	Оптимальное проектирование, реконструкция и ремонт подъемно-транспортных, строительных и дорожных машин; Исследование долговечности и остаточного ресурса грузоподъемных машин; Исследование и разработка машин и технологий без траншейной проходки горизонтальных скважин; Исследование и разработка машин и технологий по модернизации гибких производственных процессов с помощью импульсивных конвейеров, отличающихся низкой энергоемкостью и автоматической переналадкой транспортных потоков.
Научно-исследовательская лаборатория социальных исследований	Сохранение и развитие потенциала человеческих ресурсов муниципального образования	Разработка прогнозов и программ социально-экономического развития муниципального образования; Анализ количественно-качественных показателей человеческих ресурсов территории; Разработка и проведение практических курсов повышения квалификации управленческого персонала промышленных предприятий.

Как следует из данных, представленных в табл. 1, деятельность научных структурных единиц ведется по различным сферам и отраслям экономики. Данные научные структурные единицы достаточно длительное время работают в сфере производства знаний и достигли определенных успехов во внедрении результатов научно-исследовательских разработок и обеспечении развития территории.

В качестве посредника, обеспечивающего взаимодействие «ядра» кластера с конечными потребителями, а также постпродажного и гарантийного сервиса в состав кластера необходимо включить предприятия инфраструктурного обслуживания, т. е. фирмы, осуществляющие транспортные перевозки, строительные и ремонтные работы, кредитно-финансовые операции, информационное обеспечение и т. д.

Предварительные маркетинговые исследования показали, что потребителями предприятий кластера будут являться:

- крупные промышленные (градообразующие) предприятия, которые могут сократить затраты на электро- и теплоэнергии, используемых для текущие внутрифирменные нужды (эксплуатация административных зданий, складских помещений и пр.);
- органы местного самоуправления, которые оснастят малыми теплоэнергетическими комплексами объекты социальной сферы (образовательные учреждения, учреждения здравоохранения и культуры и т. д.), что позволит снизить расходы муниципального бюджета в части содержания бюджетных объектов;
- предприятия малого и среднего бизнеса, которые могут достичь оптимизации затрат на энергоресурсы и повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности;
- население, постоянно проживающее на территории, которое сможет снизить затраты на оплату коммунальных услуг.

Стоит отметить, что создание кластера не предполагает подписание единого для всех его участников юридического документа, а важнейшим

условием эффективного функционирования данного пространственно-объектного объединения формирование и поддержание сети долговременных устойчивых деловых связей между участниками кластера. При этом ключевая роль координатора кластерной модели развития региона должна принадлежать региональным органам управления, которые в своей деятельности должны использовать все современные инструменты развития и поддержки кластера, основными из которых являются: организация семинаров и «круглых столов» для руководителей предприятий-участников кластера; организация информационной поддержки предприятий-участников кластера (формирование, пополнение и обновление информационной базы, рассылка нормативно-методической литературы, проведение обучающих семинаров и т. д.); коммуникационная поддержка профессиональных объединений; создание режима максимального благоприятствования при размещении государственного и муниципального заказа.

Итак, создание регионального кластера малой энергетики придаст новый вектор и интенсивную динамику социально-экономическому развитию Саратовской области. Во-первых, независимость малых электростанций от централизованной системы энергоснабжения — они способны перевести отдельные объекты на автономное энерго- и теплоснабжение, используя наиболее подходящие для данных условий способы генерации энергии. Во-вторых, снижение нагрузки на экосистему региона — малые теплоэнергетические комплексы имеют значительно низкие параметры техногенного воздействия на экологию, а сокращение технологической цепи передачи энергоресурсов сокращает производственные риски. В-третьих, экономия энергоресурсов и рост энергоэффективности — потребители получают дополнительные конкурентные преимущества за счет снижения себестоимости производства продукции. В-четвертых, взаимовыгодное пространственно-организационное объединение экономических субъектов региона — рост деловой активности местного бизнес-сообщества приведет к углублению и развитию производственно-экономических внутренних и внешних связей.

Список литературы:

1. Березов А.Т. Региональные основы формирования и развития экономических кластеров малых предприятий: автореферат дисс. ... канд. экон. наук. Владикавказ, 2012. — 24 с.
2. Клёсова С., Дранёв Я.Н. (общ. ред.) и др. Практика экономического развития территории: опыт ЕС и России [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.rttm.ru/_files/fileslibrary/80.PDF (дата обращения 21.09.2013).
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 11 июля 2001 г. № 526 «О реформировании электроэнергетики Российской Федерации» [по состоянию на 20.03.2013] [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=143874> (дата обращения 01.10.2013).
4. Стратегия социально-экономического развития Саратовской области до 2025 года. Постановление Правительства Саратовской области от 18 июля 2012 года № 420-П [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: mincult.saratov.gov.ru/files/Low/S2025.DOC (дата обращения 25.09.2013).
5. Трофимова О.М. К вопросу о формировании инновационных кластеров в региональной экономике // Вопросы управления. — 2010 г. — № 2 [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://vestnik.uapa.ru/ru-ru/about/> (дата обращения 20.09.2013).

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Тарасова Лилия Сергеевна

*студент 5 курса, кафедра
«Государственное управление и финансы» ФГБОУ ВПО «БГИТА»,
г. Брянск
E-mail: lilechka832@rambler.ru*

Шварова Елена Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры
«Государственное управление и финансы» ФГБОУ ВПО «БГИТА»,
г. Брянск*

Рост инновационного потенциала государства невозможно представить без повышения «инновационности» регионов.

На степень развития инновационного потенциала региона оказывают влияние множество факторов, в числе которых уровень жизни и благосостояния населения; кадровый и научный потенциал; производственные, технологические, финансовые, организационные ресурсы общества, инвестиционная политика и т. д. При анализе регионов Центрального федерального округа (ЦФО) мы увидим значительный разрыв между передовыми и отстающими регионами. По результатам оценки состояния научно-инновационной деятельности Брянская область занимает 12-е место из 15, хотя имеет все предпосылки для именованья «наиболее развитый среди остальных». Во-первых, Брянская область граничит с двумя соседними государствами — Белоруссией и Украиной, что является экономически выгодным положением способствующим осуществлению торговли с ними. Во-вторых, Брянск является крупным железнодорожным узлом пассажирских и грузовых перевозок, через который проходят пути на Москву, Киев, Гомель и т. д. Город располагает международным аэропортом «Брянск». Через Брянскую область пролегает система магистральных нефтепроводов «Дружба». В городе и области расположены крупнейшие известные предприятия, такие как Брянский машиностроительный завод (БМЗ), Бежицкий сталелитейный завод, ОАО «Брянский Арсенал», АО Дятьково — ДОЗ и т. д.

Достоинства области можно перечислять бесконечно, но они почему-то не используются. Поэтому для поднятия экономики Брянщины нужны кардинальные перемены в сторону будущего и прежде всего в развитии и внедрении в производство инноваций. Устаревшее в технологиях давно не привлекательно для инвесторов, и потребителю продукции и услуг хочется каких-то нововведений, связанных с улучшением качества и условий использования, хранения потребляемого. В этом также состоит суть рекламы — что-то новое, неиспробованное привлекает. Инновации в производстве помогут Брянской области встать на рельсы современности и устремиться к развитию в целом.

Множество предприятий Брянска и области работают в том режиме, который существовал 10—20 лет назад, а время не стоит на месте. Почему же мы не можем двигаться в ногу с модернизацией, автоматизацией и внедрением новых технологий в производство? Возможно данный вопрос, на мой взгляд, упирается в материальную невозможность реально осуществить задуманное. Решением данной проблемы может стать привлечение инвесторов, а для этого нужно создавать точные и реалистичные планы и добиваться выполнения поставленных целей и задач. Можно создать благотворительный фонд, в который каждый житель города может внести свой вклад в его развитие. Мало людей, которые не хотели бы жить в благоустроенном и современном городе. Другой вопрос: кто будет заниматься пропагандой «инновационного будущего». Здесь не стоит рассчитывать на старшее поколение, нужно готовить молодежь и новые кадры для успешного развития и реализации задуманных идей. И начать нужно непосредственно не с высших и средних учебных заведений, а со школ. Инновационные школы — это учебные заведения, которые занимаются обучением детей с учетом новейших достижений как в науке, так и в технике. Например, использование компьютера не только на уроках информатики, но и на других учебных дисциплинах, например, при выполнении контрольного теста с моментальной автоматической проверкой знаний и выставления оценок.

Сверхсовременные школы позволят «создать режим реальной конкуренции, творческого соревнования между брянскими образовательными учреждениями, результатом которого станет повышение уровня образования в целом». Выпускники таких школ смогут усовершенствовать способы и процесс производства путем внедрения изобретений, с помощью новых технологических решений и возможностей, что поможет начать производство кардинально новых товаров или производства старых, но ранее не известными или усовершенствованными методами, через открытие новых источников сырья, материалов или организации нового рынка сбыта готовой продукции — вплоть до реорганизации существующей или создания новой отрасли экономики.

«С целью поддержки инновационных начинаний Брянской областной Думой 31 мая 2007 года был принят закон «Об инновационной деятельности в Брянской области» [1].

Согласно ему экономическая поддержка, способствующая развитию деятельности в области инноваций, может быть предоставлена в следующих формах:

1. налоговые преференции предприятиям и организациям, занимающимся инновационной деятельностью;
2. возмещение затрат, возникающих в ходе осуществления инновационной деятельности;
3. льготные условия за пользование имуществом Брянской области при осуществлении инновационной деятельности;
4. в иных формах.

«С 2007 года в регионе началась реализация областной целевой программы «Развитие инновационной инфраструктуры Брянской области» (2007—2010 годы), которая была направлена на развитие инновационного потенциала области.

В 2009 году в рамках данной программы четверем ВУЗам области были выделены денежные средства в размере 1,72 млн. рублей на оплату научных работ по исследованию инновационного потенциала Брянской области

и разработке дальнейших мероприятий по его развитию с целью формирования передачи знаний в сферы фундаментальных исследований, биотехнологий, обрабатывающего производства и АПК» [1].

В 2010 году был принят закон Брянской области «Об областном бюджете на 2010 год и плановый период 2011 и 2012 годов», в котором не были предусмотрены бюджетные ассигнования на осуществление мероприятий вышеназванной целевой программы. Таким образом, ее действие с 1 января 2010 года было приостановлено.

Постановление «О внесении изменений в долгосрочную целевую программу «Развитие научной и инновационной деятельности в Брянской области» (2011—2015 годы) исправило ситуацию. Данные изменения были приняты в связи с необходимостью дальнейшего развития инновационной деятельности и инфраструктуры области, а также обеспечения эффективной работы региональной инновационной системы. В структуру измененной программы были включены подпрограммы «Развитие инновационной деятельности в Брянской области» и «Развитие научной деятельности в Брянской области».

Наибольший интерес в данной работе представляет рассмотрение подпрограммы «Развитие инновационной деятельности в Брянской области» (2011—2015 годы). Реализация подпрограммы подразумевает осуществление (на основе конкурса) поддержки в виде выделения грантов предприятиям и организациям области на внедрение инноваций, создание базы научных проектов и перспективных технологий, предоставление из областного бюджета субсидий на создание инновационного центра и т. д.

Кроме вышеперечисленных программ по содействию территориальных органов власти в развитии инновационной деятельности на Брянщине также производится государственная поддержка инновационного предпринимательства в виде субсидий и грантов. Например, в 2010 году проходила реализация мероприятий по финансовой поддержке малого предпринимательства, занимающегося разработкой, внедрением и реализацией

инновационной продукции. Таким образом, федеральный бюджет перечислил денежные средства в сумме 25 млн. рублей на субсидирование затрат действующим инновационным компаниям. Также осуществлялась работа по подготовке конкурса на получение грантов начинающим инновационным фирмам. На эти цели федеральным бюджетом были предусмотрены средства в размере 8 млн. рублей.

В ноябре 2009 года между областной администрацией и Фондом содействия развитию малых форм предприятий было подписано соглашение, целью которого является выявление молодых учёных, стремящихся реализовать себя через инновационную деятельность, а также побуждение молодежи к участию в научно-технической и инновационной деятельности с помощью организационной и финансовой поддержки инновационных проектов. Каждый год в рамках программы отбираются и финансируются инновационные проекты 30 молодых участников программы. Размер финансовых средств, предоставляемых на поддержку одного участника, достигает 200 тысяч рублей в год.

Это, безусловно, очень серьезная поддержка, но не надо забывать, что за всем этим стоят люди, которым необходимо прививать инновационную культуру. Это можно сделать, например, через создание бизнес — инкубаторов на базе вузов, которые бы в свою очередь занимались всесторонней поддержкой предпринимательских инициатив студентов старших курсов и выпускников, доводя до предприятий области их идеи, способствовали трудоустройству успешных выпускников.

Список литературы:

1. Администрация Брянской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.bryanskobl.ru/region/law/view.php?id=1751&type=0> (дата обращения: 15.09.13).

СЕКЦИЯ 4. РЕКЛАМА И PR

РОЛЬ ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЫ В ПРОДВИЖЕНИИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРОЕКТА

Камалова Айгуль Фанисовна
студент 3 курса Магнитогорского педагогического колледжа,
г. Магнитогорск
E-mail: elb300@mgn.ru

Чистякова Александра Александровна
научный руководитель, канд. пед. наук, доцент МаГУ,
г. Магнитогорск

Реклама — это любая форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг, оплачиваемая четко установленным заказчиком. Неличный характер отделяет ее от форм личных контактов с целью продажи, оплачиваемость — от популяризации, четкость установления заказчика — от пропаганды [1]. По способу передачи реклама бывает печатная, электронная и внешняя.

Классическая форма рекламы — печатная — на протяжении веков сохраняла свои позиции неприкосновенными. Но времена меняются. Вместе с ними на наших глазах меняется и печатная реклама, давно представленная не только газетами и журналами [2]. Печатная продукция в настоящее время очень разнообразна по виду, техническому исполнению и назначению.

Классификация печатной продукции:

- листовая продукция (флаеры, открытки, листовки-постеры, визитные карточки);
- многостраничные издания (буклеты, брошюры, каталоги);
- POS-материалы (вобблеры, ценники, этикетки);
- полиграфическая продукция для офиса (бланки, куб-блоки, блокноты, конверты);

- календарная продукция;
- специальное предложение (бумажные пакеты, сувенирная упаковка).

Реклама в прессе.

Рекламу в прессе можно подразделить на рекламу:

- в газетах
- в журналах
- в бюллетенях
- в каталогах
- в рекламных приложениях или рекламных вкладышах изданий
- в справочниках
- в учебниках.

По периодичности выхода издания выделяют:

- ежемесячные
- еженедельные
- ежедневные.

Последние, в свою очередь, делятся на:

- общественно политические издания («Комсомольская правда», «Известия»);
- литературно художественные издания («Литературная газета»);
- деловые, финансовые газеты («Экономика и жизнь», «Биржа», «Дело»)
- рекламные издания («Из рук в руки»), в том числе бесплатного распространения («Экстра-М)

В современной России на первом месте стоит газетно-журнальная реклама — ее можно использовать в качестве как самостоятельного, так и дополнительного рекламного средства [3].

Реклама в газетах

Удачным рекламным объявлениям в газете присущи практически все атрибуты журнальной рекламы, хотя для газетной рекламы больше важны акценты на новизне и цене рекламируемого товара или услуги. Следует

согласиться с мнением специалистов, что в рамках сопровождения проекта или рекламной кампании, все основные коммерческие доводы следует максимально вкладывать в заголовки рекламных сообщений. Именно в них устанавливается ассоциация между товаром и коммерческими доводами, хотя не следует забывать о текстовой части рекламного обращения, т. к. именно в ней можно подробно и убедительно развить мысль заголовка, закрепить ее как нечто уникальное, присущее товару или услуге [4].

Существуют следующие типы рекламы в газетах.

1. Рубричная.

Такая реклама была первым типом газетной рекламы. Рубричные объявления обычно состоят из всех видов рекламных обращений в соответствии с интересами читателей: «Требуется помощь», «Продажа недвижимости», «Продажа автомобилей» и т. д. Подобные объявления приносят примерно 40% общего дохода от размещения рекламы. Регулярные рубричные объявления обычно помещают под основным заголовком с небольшим украшением или окружают пустым пространством. Макетная рубричная реклама использует рамки, иногда цвета. Газеты часто размещают официальные документы, полиграфические и правительственные доклады и личные объявления в рубричных разделах.

2. Макетная

Это доминирующая форма газетной рекламы. Макетные объявления могут быть любого размера и расположены в любом месте газеты, за исключением редакторской страницы.

3. Приложения.

Они представляют собой общую или местную полноцветную рекламную вставку, которая печатается через неделю, в основном в воскресных выпусках газет. Один из очень популярных типов такой рекламы — журнальное приложение [3].

При сопровождении любых коммерческих проектов, реклама в прессе использует бессловесные элементы (изображения) в рекламных сообщениях, основными функциями которых являются:

- показ товара в процессе пользования, возможно, через демонстрацию товара в работе;
- привлечение внимания покупателя к особенностям товара, концентрация внимания на преимуществах товара, показ разрешения проблемы при помощи товара, создание образа марки, создание образа фирмы-изготовителя [5].

Реклама в журналах.

Журналы во многом схожи с газетами, обладают большинством тех же достоинств и недостатков, что и газеты, однако кое в чем существенно отличаются. Не без основания главным достоинством журнальной рекламы считается высокое качество изображения: практически любые иллюстрации и фотографии воспроизводятся в журналах без искажений. Благодаря этому в журнальной рекламе более активно используют красивый визуальный материал, обладающий сильным воздействием на аудиторию.

Обычно журналы имеют единую тематическую направленность и зачастую узкую специализацию: журналы для автомобилистов, для любителей спорта, журналы, посвященные высокой моде, дизайну интерьера и так далее. За счет этого рекламодатель получает доступ к более узким целевым группам, чем при рекламе в газетах. Журналы объединяют самых разных людей по каким-то общим, в том числе профессиональным, интересам. Поэтому главный принцип журнальной рекламы — направленность на конкретные интересы читателей.

Журналы часто используются для размещения имиджевой рекламы: журнальные аудитории отличаются особенно высоким уровнем восприимчивости их читателей. Журнальные статьи придают рекламе авторитетность и правдоподобность. Реклама в определенных журналах делает товар престижным. Некоторые журналы имеют вполне сложившийся имидж, поэтому пользуются высоким авторитетом в своей области. Их считают престижными,

модными, надежными, солидными и т. п., и этот имидж зачастую переносится на рекламные объявления [6].

Виды печатной продукции: бланк, листовка, буклет, брошюра, календарь, визитная карточка, папка, блокнот, конверт, кубарик, этикетка, ярлык.

Распространение печатной продукции эффективный способ освещения бизнес-проекта. Стоит учитывать, что печатные листовки, буклеты и каталоги должны составляться квалифицированными специалистами. Именно профессионалы помогут правильно выбрать цветовую гамму оформления рекламной продукции, подберут слоганы, систематизируют действия и регионы распространения рекламной продукции. Данный процесс требует больших затрат, как физического, так и материального характера.

Для печатной рекламы необходимо использовать лишь качественную бумагу, весь текст должен быть грамотно составлен. Только тогда эффективность рекламного процесса будет идти с полноценной отдачей.

Печатная рекламная продукция может размещаться на информационных столбах и в местах большого скопления людей при помощи листовок, постеров или визиток. При широком использовании рекламной печатной продукции можно охватить едва ли не весь регион, при этом важно учитывать, что печатной рекламы не может быть много. Совмещая рекламные листовки и красочные афиши, яркие постеры и информационные каталоги, можно добиться максимальных результатов от рекламной деятельности.

Недостатком печатной рекламы является тот факт, что данную продукцию можно выбросить в урну, она неустойчива к атмосферным осадкам, её невозможно использовать в ночное время. Но эти факторы станут незначительны, если использовать по максимуму все положительные стороны печатной рекламы. Используя печатную рекламу можно повысить популярность своего товара или услуги более, чем в три раза, за очень короткий период времени.

Список литературы:

1. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В., «Маркетинг рекламы», издательство «ФОРУМ», 2009 г. — С. 73.
2. Герасимов Б.И., Молоткова Н.В., Блюм М.А., издательство «ФОРУМ», 2009 г., — С. 17—18.
3. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие/ Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. М.: Омега-Л, 2007. — 325 с.
4. Сайт «Advertiser-school», Особенности рекламы в журналах — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.advertiser-school.ru>
5. Сайт рекламного агентства «Радиректива», Минусы и плюсы печатной рекламы — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.radirektiva.ru>
6. Сайт «РуШкольник», Специфика и технологии информационного сопровождения проектов — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ref.rushkolnik.ru>

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМЫ ДЕТСТВА В РОССИИ НА 2010—2012 ГГ.

Маслова Оксана Викторовна

*студент математического факультета
филиала федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего профессионального образования
«Омский государственный педагогический университет»,
г. Тара
E-mail: Oksana-mas16@mail.ru*

Бахмат Наталья Владимировна

*научный руководитель, старший преподаватель кафедры математики
и экономики математического факультета
филиала федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего профессионального образования
«Омский государственный педагогический университет»,
г. Тара
E-mail: nvbachmat@mail.ru*

Реклама детства является одним из видов социальной рекламы. В изученных нами источниках [8; 11; 13] понятие рекламы детства отсутствовало, в связи с этим представляется необходимым выработать свою дефиницию. Для этого нам необходим анализ таких понятий как социальная реклама и детство.

За основу понятия социальной рекламы мы взяли определение, данное в Федеральном законе «О рекламе»: «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» [8]. Данное определение включает в себя следующие структурные единицы: что есть реклама (информация), цель рекламы (достижение благотворительных и иных общественно-полезных целей), кому адресована (неопределенному кругу лиц), с помощью чего осуществляется (с использованием любых средств), в какой форме (в любой форме). Таким образом, мы выбираем данное определение потому, что оно раскрывает все стороны социальной рекламы и дает наиболее полное представление о ней.

Для выявления понятия детства, которое мы возьмем за основу, мы проанализировали несколько подходов к его определению. В социологическом словаре [15] приведено следующее определение: детство — стадия в течение жизни, часто, хотя и не обязательно, характеризующаяся зависимым состоянием из-за биологической незрелости. Иное социологическое определение [16] под детством подразумевает выраженную в действиях и языке совокупность объектов, событий, процессов, социальных институтов и социальных практик в отношении детей, которая формируется и поддерживается обществом, а также постоянно возобновляется в процессе жизнедеятельности детей, осваивающих социальность и интегрирующихся в социум. Бюлер-Нидербергер Д. и Зюнкер Х. [2, с. 69] говорят о том, что детство — это часть общества и культуры, а не нечто, предшествующее им. В свою очередь Фельдштейн Д.И. [18] под детством понимает явление социального мира.

Таким образом, в приведенных выше определениях социальной рекламы каждый автор выделяет свою доминанту, опираясь на которую можно выделить несколько подходов к пониманию детства:

1. Жизненная стадия, характеризующаяся зависимым состоянием и биологической незрелостью (Социологический словарь);
2. Совокупность объектов, событий, процессов в отношении детей (Социология детства);
3. Часть общества и культуры (Бюлер-Нидербергер Д., Зюнкер Х.);
4. Явление социального мира (Фельдштейн Д.И.).

В дальнейшем мы будем опираться на социологическое определение. «Детство — выраженная в действиях и языке совокупность объектов, событий, процессов, социальных институтов и социальных практик в отношении детей, которая формируется и поддерживается обществом, а также постоянно возобновляется в процессе жизнедеятельности детей, осваивающих социальность и интегрирующихся в социум» [16]. Данное определение включает в себя следующие смысловые единицы: что это (совокупность

объектов, событий, процессов, социальных институтов и социальных практик), как выражается (в действиях и языке), на кого направлено (в отношении детей), кем поддерживается (формируется и поддерживается обществом), как развивается (возобновляется в процессе жизнедеятельности детей).

К сожалению, в приведенных выше источниках понятия детства не отражаются возрастные границы данного периода. Поэтому, представляется необходимым использовать альтернативные источники, так, с точки зрения психолога А.Л. Венгера, детство охватывает период от рождения до подросткового возраста, т. е. до 11—12 лет [4]. Биологи в постнатальном онтогенезе человека определяют детский возраст до 13—14 лет, т. е. до момента начала пубертатного периода. Педиатры рассматривают человека в качестве ребенка от рождения до 15 лет. Юристы рассматривают детство как период до начала трудовой деятельности (до 14 лет). В международной практике (по классификации ЮНИСЕФ) к детям относят все население до 18 лет [1]. Федеральный Закон «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» подтверждает, что в России 18 лет является верхней границей детского возраста [9]. Мы будем опираться на возрастные границы, заданные Федеральным Законом, т.е. от рождения до 18 лет, т.к. в 18 лет человек приобретает статус совершеннолетнего, у него появляются новые права и обязанности, кроме того, в 18 лет ребенок заканчивает школу и переходит на новую стадию образования.

Таким образом, проанализировав такие понятия как реклама и детство, мы можем предложить собственное определение рекламы детства — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей в отношении детей в возрасте от рождения до 18 лет.

В дальнейшем нами был проведен анализ существующих направлений рекламы детства в России (2010—2012 гг.).

Во-первых, это реклама против жестокого обращения с детьми и насилия. Создание социальной рекламы, направленной на предотвращение насилия, занятие очень сложное и, по большому счету, неблагодарное. Потому что пытаться воздействовать яркими образами и хлесткими фразами на насильников бесполезно. За единичными исключениями все, чего можно добиться такой рекламой, это сбор денег у сочувствующих в разные некоммерческие фонды, которые занимаются реабилитацией изнасилованных и прочей социальной деятельностью [10]. Обращаясь к зарубежному опыту, можно отметить следующие программы, действующие в данном направлении: Компания Grey Worldwide India призывает не красть у малышек лучшее время их жизни — детство. Серия принтов сообщает: очень часто ребенка совращает кто-то хорошо ему знакомый. На самих принтах — «детских рисунках» — это сообщение раскрывается еще полнее: солнечный день, прогулка с семьей и знакомым дядей. Английская организация National Society for the Prevention of Cruelty to Children (Национальное общество по предотвращению жестокого отношения к детям) запустила кампанию по поддержке детей, перенесших или терпящих сексуальное насилие. Главный символ кампании — улыбчивая маска, которую необходимо снять для начала нормальной жизни [10]. В 2010 году в Новосибирске детский благотворительный фонд «Солнечный город» проводил акцию в защиту таких детей [12].

Во-вторых, это реклама, направленная на помощь детям-сиротам. Оказание помощи детям, по разным причинам оставшимся без попечения родителей, является важнейшим направлением социальной политики государства [17]. Так проект «Отказники» Регионального общественного движения г. Санкт-Петербурга «Петербургские родители» направлен на оказание адресной материальной помощи нуждающимся детям-сиротам [13]. Для помощи детям-сиротам создана Нижегородская региональная общественная организация «Детский проект». Данная организация реализовала немало проектов, направленных на помощь детям: проект «Дадим дом детям» — распространение информации о детях, которые ищут родителей,

а также информации о формах семейного устройства детей-сирот; программа «Школа социального роста», способствующая повышению эффективности социально-психологической реабилитации детей, лишенных родительского попечения в условиях жизни в сиротских учреждениях. Кроме того данная организация организовывала благотворительные фонды в помощь детям-сиротам, а также действовала еще в одном направлении — помощь малообеспеченным семьям. Оказание помощи семьям с несовершеннолетними детьми ведет к предотвращению изъятия детей из кровной семьи и профилактике социального сиротства [7]. Московский фонд социальной помощи детям «Расправь крылья!» направлен на профилактику возвратов детей в детские дома, а также на более вдумчивое отношение к детям [19].

В-третьих, реклама, направленная на помощь детям-инвалидам. Проблема детей-инвалидов касается всех сторон общественных институтов — от государства в лице законодательных актов и социальных организаций, которые призваны оказывать помощь этим детям, до человеческой, моральной атмосферы, в которой живут их семьи [5]. Так в России запущена социальная реклама «Дети должны учиться вместе!». Кампания разработана по заказу региональной общественной организации инвалидов «Перспектива». В ней задействовано два видео и три аудиоролика. Ролик «Новый талант» направлен на учителей младших и средних классов, показывает, что не надо бояться учить детей с инвалидностью. Ролик «Кандалы» был направлен на родителей и рассказывал о том, что рано или поздно дети столкнутся с тем, что их мир — разный, и люди бывают разные. Чем раньше дети начнут воспринимать людей с инвалидностью как норму существования общества, тем больше вероятность, что во взрослой жизни они будут более коммуникабельны друг с другом [3].

В-четвертых, реклама, пропагандирующая здоровый образ жизни в присутствии детей. Тема курения в присутствии детей — одна из самых волнительных. Согласно данным Всемирной Организации Здравоохранения, почти половина детей в мире (700 миллионов) подвергается воздействию

табачного дыма 1,2 миллиарда курящих взрослых. Среди последствий курения в присутствии детей — ОРЗ, астма, атопические (аллергические) заболевания, сосудистые заболевания, опухоли, кариес, инфекционные заболевания (включая туберкулез), синдром внезапной смерти младенца. Подобная реклама и не лишняя, и объективная [14].

В-пятых, реклама безопасности дома для детей. Мало кто из родителей не думает о том, что ожидает детей вне дома — неприятности со сверстниками, нападения, плохая компания, неосторожные водители, наркотики и пр. Между тем, в собственной квартире ребенка подстерегают бытовые опасности, которые могут оказаться куда страшнее. В быту дети могут получить самые разные травмы, которые в самых трагических случаях могут даже привести к летальному исходу. В столице был запущен социальный проект «Информационная программа по безопасности дома для детей», направленный на привлечение внимания родителей к мерам по обеспечению безопасности в доме [6].

В-шестых, реклама безопасности детей на дороге. Госавтоинспекция проявляет к детям на дороге повышенное внимание. Ее сотрудники становятся инициаторами и организаторами различных конкурсов и викторин. Данная работа проводится для того, чтобы обезопасить детей на дорогах. Тем не менее, проблема дорожно-транспортного травматизма остается самой тревожной. Это происходит из-за того, что дети не знают Правил дорожного движения, и многие родители беспечно относятся к этой проблеме. Взрослым не стоит забывать, что дети нуждаются в нашей любви и внимании [11].

Итак, анализ источников показывает, что можно выделить 6 основных видов тематики рекламы детства в России на сегодняшний день:

1. Реклама против насилия и жестокого обращения с детьми;
2. Реклама, направленная на помощь детям-сиротам;
3. Реклама, направленная на помощь детям-инвалидам;
4. Реклама, пропагандирующая здоровый образ жизни в присутствии детей;

5. Реклама безопасности дома для детей;
6. Реклама безопасности детей на дороге.

Под целью рекламы детства мы понимаем формирование общественного представления относительно некоторой социально-важной проблемы, представления, установки, оценки, информации о проблеме, ориентирующие на поступки можно сформулировать цель рекламы детства: формирование общественного представления относительно социально-важных проблем в отношении детей, направленное на формирование информации о проблемах, установок и совершении поступков в отношении детей.

Проанализировав имеющуюся литературу, мы выявили понятие рекламы детства — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей в отношении детей в возрасте от рождения до 18 лет. Кроме того, мы выделили 6 направлений рекламы детства в России в 2010—2012 гг., а также ее цель.

Список литературы:

1. Бесчасная А. А. Проблема возрастной периодизации в социологии детства // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2007. № 41 [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-vozrastnoy-periodizatsii-v-sotsiologii-detstva> (дата обращения 28.06.2013).
2. Бюлер-Нидербергер Д., Зюнгер Х. От исследований социализации к социологии детства // Развитие личности. — 2003. — № 4. — С. 69—94.
3. В России запущена социальная реклама «Дети должны учиться вместе!» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.adme.ru/social/v-rossii-zapuschena-socialnaya-reklama-deti-dolzheny-uchitsya-vmeste-30682> (дата обращения 12.06.13).
4. Венгер А.Л. Психология развития: словарь [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.insai.ru/slovar/1881> (дата обращения 28.06.2013).
5. Дети – инвалиды [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.vainahkrz.kz/e/2663161-deti-invalidyi> (дата обращения 12.06.13).
6. Защита детей может быть разной [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.socreklama.ru/news/detail.php?ELEMENT_ID=6217&phrase_id=13292 (дата обращения 12.06.13).

7. Нижегородская региональная общественная организация «Детский проект» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://sirota52.ru/projects> (дата обращения 12.06.13).
8. О рекламе: Федеральный закон РФ от 13.03.2006 № 38-ФЗ.
9. Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 июля 1998 г. № 124-ФЗ (с изменениями и дополнениями).
10. Реклама против насилия [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.adme.ru/social/reklama-protiv-nasiliya-242105/> (дата обращения 12.06.13).
11. Социальная реклама [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.centr-bdd.ru/company/social> (дата обращения 12.06.13).
12. Социальная реклама против жестокого обращения с детьми [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.novo-sibirsk.ru/articles/city_adm/departments/dpiip/u_nip/22843-medianews.html (дата обращения 12.06.13).
13. Социальная реклама. Дети [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.mnaublog.ru/2011/04/social-advertising-kids.html> (дата обращения 12.06.13).
14. Социальная реклама: дети и курение [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://al-med.livejournal.com/14454.html> (дата обращения 12.06.13).
15. Социологический словарь [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://mirslovarei.com/content_soc/detstvo-13297.html (дата обращения 27.06.2013).
16. Социология детства [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.childsoc.ru/index.php?parametrr=614> (дата обращения 12.06.13).
17. Технологии социальной работы с детьми-сиротами [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://soc-work.ru/article/355> (дата обращения 12.06.13).
18. Фельдштейн Д.И. Детство как социально-психологический феномен и особое состояние развития [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.voppsy.ru/journals_all/issues/1998/981/981003.htm (дата обращения 28.06.2013).
19. Фонд социальной помощи детям «Расправь крылья!» представляет новый ролик [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.socreklama.ru/news/detail.php?ELEMENT_ID=5712&sphrase_id=13292 (дата обращения 12.06.13).

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА

ПРОБЛЕМЫ КОНТРОЛЯ НАД МЕНЕДЖЕРАМИ В ОТКРЫТОЙ КОРПОРАЦИИ. МЕХАНИЗМЫ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ОПОРТУНИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ МЕНЕДЖЕРОВ

Архипова Диана Владимировна
студент 3 курса, Институт экономики и Финансов КФУ,
г. Казань
E-mail: diana_arhipova@mail.ru

Рунова Елена Валерьевна
научный руководитель, канд. экон. наук КФУ,
г. Казань

Развитие корпоративной формы собственности, специализация управленческого труда привели к отстранению акционеров от управления корпорациями. В результате разделения функций собственника и управляющего возникла проблема ассиметричного распределения информации в пользу менеджера. Акционеры, делегировав свои полномочия управляющим, не всегда способны полностью контролировать действия менеджеров и получать достоверную информацию о текущем положении фирмы. Это создало предпосылки к возникновению оппортунистического поведения менеджеров, целью которого является получение выгод за счет интересов акционеров.

Оппортунизм управляющих негативно влияет на эффективность функционирования и развитие корпораций, порождает высокие транзакционные издержки по его предотвращению и ограничению. Тем самым необходимость исследования форм проявления и механизмов ограничения управленческого оппортунизма связана с дальнейшей возможностью использования его результатов для совершенствования управления корпорациями и повышения их результативности.

Истоки современной трактовки корпоративного управления восходят к работе американских социологов А. Берле и Г. Минца «Современная корпорация и частная собственность», которые первыми обратили внимание на проблему отделения собственности от управления, когда акционеры делегируют свои полномочия на право принятия решений наемным менеджерам. Необходимость делегирования объясняется отсутствием достаточной квалификацией у акционеров, что не позволяет им эффективно управлять компанией, а также значительной «распыленностью» акций корпораций среди большого числа мелких инвесторов, что обуславливает невозможность коллективного способа управления и требует сознания специального субъекта управления. Такое разделение функций собственника и управляющего характеризуется следующими особенностями. Во-первых, противоречивостью устремлений менеджеров и интересов акционеров. Если целью собственника является максимизация прибыли и снижение затрат, то для управляющих приоритетнее будет увеличение собственных выгод и уменьшение трудозатрат. Во-вторых, сложностью контроля над действиями менеджера и выполнения им всех возложенных обязанностей. Кроме того, мониторинг деятельности менеджера несет определенные транзакционные издержки. В-третьих, возникновением информационной асимметрии. Менеджеры заведомо располагают более объективной и достоверной информацией по сравнению с акционерами, что позволяет управляющим в своих личных целях предоставлять собственникам неполную и искаженную информацию. В-четвертых, неполнотой контрактов. В момент заключения договора невозможно предусмотреть всех обстоятельств, всех необходимых действий менеджера и адекватного этим действиям вознаграждения. В случае возникновения спорных ситуаций каждая сторона трактует пункты контракта так, чтобы это было максимально ей выгодно, даже в ущерб другой стороне. Тем самым Берле и Минц провозгласили революцию менеджеров: в условиях отделения собственности от управления акционеры лишены возможности

контролировать действия менеджеров, они «беспомощны» перед лицом оппортунизма управленцев.

Целью оппортунизма менеджеров является максимизация собственных выгод за счет акционеров компании. Это могут быть как финансовые, так и нефинансовые выгоды от обладания контролем над фирмой: в форме высокой заработной платы, трансфертного ценообразования, в натуральной форме и т. д. Так, наиболее очевидным примером злоупотребления менеджеров своим положением является прямое присвоение средств инвесторов с дальнейшим использованием их в личных целях либо присвоение денег посредством использования трансфертных цен. Менеджер может учредить собственную фирму, например в оффшорной зоне, и сбывать продукцию основной компании этой фирме по заниженной цене. Доход, образующийся в разнице цен, поступает в распоряжение менеджеру. Кроме того, менеджер может продать не только продукцию, производимые компанией, но и её активы фирмам, контролируемым самим менеджером. В качестве примера личных выгод, извлекаемых менеджером, можно назвать использование ресурсов корпорации на роскошные офисы, приобретение дорогих служебных машин, щедрые вознаграждения или пенсионные программы. Издержки использования всех этих предметов роскоши в большинстве случаев ложатся на плечи акционеров. Следующим примером проявления оппортунизма менеджеров является стремление к необоснованному расширению фирмы вне зависимости от его долгосрочного влияния на прибыль. Это обусловлено желанием извлечения социальных выгод: чем больше размеры возглавляемых менеджерами компаний, тем большую власть и известность в общественной и управленческой среде они получают. А также стремление менеджеров к росту компании в некоторой степени объясняется системой вознаграждения, в которой большой вес придается размеру фирмы. Другой разновидностью привилегий менеджеров является закрепление на руководящих постах, когда менеджеры остаются на руководящих постах даже тогда, когда они уже недостаточно компетентны, чтобы занимать эту должность. «Плохие

менеджеры, сопротивляющиеся увольнению, — одно из самых дорогостоящих проявлений управленческого оппортунизма» — отмечают Шлейфер и Вишны в своих исследованиях [6, с. 742].

Однако следует отметить, что бурное развитие корпоративного сектора за последние десятилетия и его доминирующая роль в экономиках индустриальных стран свидетельствует о том, что проблемы корпоративного управления разрешимы. В настоящее время в промышленно развитых странах выработаны механизмы, способствующие преодолению этих проблем. Их можно разделить на внутренние и внешние. К внутренним механизмам, которые направлены на снижение управленческого оппортунизма, относятся:

- непосредственный контроль акционеров за деятельностью менеджеров посредством использования права голоса на собрании акционеров и представительство в советах директоров;
- концентрация крупных пакетов акций в руках активных собственников;
- использование разных стимулирующих и мотивационных схем, гармонизирующих интересы управляющих и собственников.

В качестве внутреннего механизма также служит размер выплат руководителям высшего звена. Американские исследователи Дженсен и Мерфи выявили чувствительность роста благосостояния собственников к повышению оплаты менеджеров. Они пришли к выводу, что на каждое изменение величины вознаграждения менеджера на 3 долл. приходится изменение величины благосостояния акционеров на 1000 долл.. Тем самым, предлагая менеджерам руководящего звена более высокий оклад, акционеры выигрывают гораздо больше, чем если бы они установили уровень оплаты ниже среднего. Этим и объясняется значительный рост выплат управляющим американских компаний за последнее десятилетие. Средний уровень выплат топ-менеджерам в США значительно выше, чем в России.

Внешние механизмы, дисциплинирующие менеджеров, не требуют прямого участия акционеров. К одному из таких механизмов можно отнести рынок ценных бумаг. Здесь, исходя из курса акций компании, можно косвенно

определить уровень управленческой компетентности её руководителей. Рынок корпоративного контроля, иначе говоря механизм поглощения, вынуждает менеджеров максимально следовать интересам собственников, чтобы не допустить продажи ими акций, которая может привести к поглощению фирмы и потере менеджерами своих руководящих постов. К стимулирующим механизмам можно причислить рынок труда менеджеров, который характеризуется высокой конкуренцией. В случае, если руководители чрезмерно злоупотребляют своими полномочиями, они могут быть смещены с занимаемых постов и лишиться перспектив карьерного роста. Также в качестве внешнего механизма можно считать контроль со стороны стейкхолдеров, лиц, заинтересованных в результате деятельности компании, таких как кредиторы и инвесторы. Помимо вышеназванного, значительную роль в борьбе с оппортунизмом менеджеров играют корпоративное право и судебная система, посредством которых возможно оспорить правомочность решения и, в случае нарушения права, привлечь менеджеров к ответственности.

В настоящее время все большее распространение получил такой инструмент по решению и смягчению проблемы управленческого оппортунизма как оптимальный или стимулирующий контракт, то есть такой контракт, условия которого позволяют обеспечить большую, чем в его отсутствие, степень соответствия действий менеджера интересам собственника. Тем самым акционеры пытаются составить эффективный контракт, который бы создавал у менеджера стимулы предпринимать действия по долгосрочному увеличению благосостояния собственников. В качестве таких стимулов, которые включаются в условие контракта, считаются:

- владение акциями корпорации
- бонусы и опционы
- угроза увольнения в случае низкой доходности компании.

Для развитого рынка характерно соотношение результатов деятельности компании с курсовой стоимостью акций, поэтому преимущество вознаграждения в виде акций родной компании или опционов на акции стимулируют

менеджеров на работу по увеличению цены акций, в чем непосредственно заинтересованы акционеры. Однако такая схема вознаграждений имеет и свои недостатки. Во-первых, происходит постоянное колебание цен акций и зачастую эти изменения связаны вовсе не с деятельностью менеджеров, а происходят под влиянием изменений экономического состояния рынка, процентной ставки или соотношения спроса и предложения. Во-вторых, обладая инсайдерской информацией и возможностью давления на курс акций, менеджеры могут сыграть на повышение и продать родные акции по завышенной цене, увеличив, тем самым, свое вознаграждение. Тем самым опасность злоупотребления практически неминуема, что и показывает практика: опционные контракты привели к краху некоторых крупнейших корпораций (Enron, WorldCom, Global Crossing, Qwest). Однако существуют принципы, которые делают возможным использование системы вознаграждения, основанной на опционах и которые исключают вышеназванные недостатки:

- периодический пересмотр опционов (при падении курса акций);
- установление ограничений по реализации опциона (информация о продаже опционов подлежит обязательному вскрытию или продажа требует согласия совета директоров);
- устанавливается коридор, в пределах которых опцион может быть реализован.

Одним из возможных элементов стимулирующего контракта является «золотой парашют» — условие, включаемое в контракт с высшим менеджером корпорации, согласно которому, в случае увольнения, менеджер гарантированно получит компенсацию в значительной денежной сумме. Это мотивирует менеджеров на эффективную работу и концентрацию внимания на управление деятельностью компании, так как ему не нужно задумываться о своем будущем в случае увольнения и отвлекаться на поиски других источников заработка за или в пределах компании.

Новейшим инструментом организации системы вознаграждения являются информационные технологии, которые способны не только выстроить и отследить бизнес-процессы во всех сферах деятельности компании, но и также позволяют внедрить высокоэффективные системы стимулирования высшего управленческого персонала, исходя из совокупных данных и показателей функционирования компании. Основные показатели деятельности (key performance indicators — KPI) группируются по четырем направлениям:

- финансовые показатели (например, уровень доходности);
- маркетинговые показатели (например, доля рынка);
- внутренние бизнес-процессы (например, создание новых продуктов);
- обучение и рост (например, совершенствование навыков).

KPI автоматически рассчитываются на основе данных, получаемых из системы управления предприятием. Тем самым она может автоматически отслеживать степень достижения поставленных задач (определенных KPI) и рассчитывать размер справедливого вознаграждения высшего менеджмента компании.

Таким образом, подводя итоги, можно сказать, что конфликты в крупных корпорациях, связанных с оппортунистическим поведением менеджеров, объясняются наличием двух причин: слабой защитой прав собственников и несовпадением интересов собственников и управляющих. В настоящее время существует набор механизмов, которые заставляют и стимулируют менеджеров действовать в интересах собственника. Одной из главных тенденций в данной области является переход к стимулирующим контрактам на основе измеримых целей и использование информационных технологий, позволяющих эффективно построить систему вознаграждения деятельности менеджеров.

Список литературы:

1. Дженсен М., Меклинг У. Теория фирмы: поведение менеджеров, агентские издержки и структура собственности//Пер. с англ. Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. — 2004. — № 4. — с. 118—191.
2. Капелюшников Р. Концентрация собственности и корпоративное управление//Институциональные проблемы российской экономики. — 2005. — № 3. — с. 45—67.
3. Козлова Е.В. Формы проявления оппортунистического поведения менеджеров в крупных российских корпорациях//Вестник Челябинского государственного университета. — 2011. — № 32. — с. 78—82.
4. Норман У., Хит Д. Теория интересов, корпоративное управление и государственный менеджмент//Экономическая политика. — 2006. — № 4. — с. 73—97.
5. Шаститко А., Радченко Т. Механизмы корпоративного управления: место акционерных соглашений//Вопросы экономики. — 2008. — № 10. — с. 49—61.
6. Shleifer A. and Vishny R.A Survey of Corporate Governance// Journal of Finance. — 1997. — № 52 (2). —с. 737—783.
7. Young M., Peng M., Alhstrom G. Corporate Governance in Emerging Economies: a Review of the Principal Perspective// Journal of Management Studies. — 2008. — № 45. — с. 196—220.

ЗАДАЧА ОПТИМАЛЬНОГО ИМПУЛЬСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В МОДЕЛИ ФИРМЫ С ОБУЧЕНИЕМ РАБОТНИКОВ НОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ТЕХНОЛОГИИ

Адушинова Наталья Александровна

*студент 5 курса, кафедра методов оптимизации ФГБОУ ВПО «ИГУ»,
Институт математики, экономики и информатики,
г. Иркутск
E-mail: actualis@bk.ru*

Самсонык Ольга Николаевна

*научный руководитель. канд. ф.-м. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «ИГУ»,
Институт математики, экономики и информатики,
г. Иркутск*

Работа выполнена при частичной финансовой поддержке ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России», соглашение 8211 от 06.08.2012.

Введение

В статье рассматривается частный вариант модели фирмы, выпуск продукции которой зависит от уровня освоения её работниками новой производственной технологии. Предполагается, что обучение работников происходит как вследствие их контакта с уже обученными, так и при целенаправленных действиях со стороны руководства фирмы, допускающих обучение с высокой интенсивностью в течение кратких промежутков времени (например, краткосрочные курсы повышения квалификации). Последнее приводит к быстрому, почти скачкообразному, увеличению количества работников, владеющих инновациями. В статье исследуется упрощенный вариант модели, в котором объемы основного капитала и трудовых ресурсов не меняются на рассматриваемом промежутке времени, и, как следствие, доход фирмы зависит только от степени освоения инновационной производственной технологии. Однако предположения, допускающие скачкообразные изменения количества обученных работников, приводят к появлению в этой модели задачи оптимального управления

с разрывными траекториями (задачи оптимального импульсного управления) и использованию неклассических методов исследования [1].

1. Описание модели

Пусть фирма производит некоторый товар, выпуск которого по традиционной технологии описывается производственной функцией $f_1(K, L)$, где K — объем основного капитала, L — объем трудовых ресурсов. Известно, что использование производственных инноваций может дать прирост выпуска на величину $f_2(K, L)$ в случае, когда все работники фирмы знакомы с нововведениями и могут их применять. Обозначим через x — объем трудовых ресурсов, способных использовать новую технологию. Тогда производственная функция фирмы имеет вид $F(x, K, L) = f_1(K, L) + x/L f_2(K, L)$. Таким образом, выпуск фирмы складывается из выпуска по традиционному способу и дополнительного выпуска, полученного вследствие применения частью работников улучшенного способа производства. Предположим, что на рассматриваемом промежутке времени величины K и L не изменяются, и доход фирмы описывается функцией $R(x) = p \cdot F(x, K, L) = Ax + B$, где p — цена единицы продукции, $A := p/L \cdot f_2(K, L)$, $B := p \cdot f_1(K, L)$. Уровень освоения работниками фирмы новой технологии x может возрастать при общении работников между собой, а также в результате их обучения со стороны руководства фирмы. Кроме того, часть работников, владеющих новой технологией, утрачивает навыки в результате забывания. Предполагается, что темп забывания постоянен и равен b . Уравнение динамики x имеет следующий вид

$$\frac{dx(t)}{dt} = (ax(t) + kv(t))e^{-\frac{x(t)}{m}} - bx(t), \quad x(0) = x_0, \quad (1)$$

$$v(t) \geq 0, \quad t \geq 0, \quad (2)$$

где $v(t)$ задает текущие усилия руководства фирмы, направленные на обучение сотрудников, а x_0 — объем трудовых ресурсов, знакомых с новой технологией в начальный момент времени. Прокомментируем динамическую систему (1), (2). В уравнении (1) первое слагаемое означает, что прирост числа обученных работников в момент времени t пропорционален текущему уровню $x(t)$ в совокупности с усилиями руководства и, кроме того, пропорционален множителю $e^{-\frac{x(t)}{m}}$. Смысл множителя $e^{-\frac{x(t)}{m}}$ состоит в том, что обучение в первую очередь охватывает наиболее заинтересованных, расположенных к нему работников, и, следовательно, чем больше человек уже освоило данную технологию, тем сложнее обучить остальных. Второе слагаемое в (1) характеризует снижение уровня x в результате забывания или утраты навыков.

Все параметры в (1), (2) неотрицательны и имеют следующий смысл: a характеризует эффективность внутреннего взаимодействия сотрудников, k — эффективность обучения при применении единицы усилий со стороны руководства, b — темп забывания, m — уровень освоивших новую технологию, при котором происходит наиболее эффективное обучение работников.

Рассмотрим уравнение (1) при отсутствии внешнего обучения, т. е. при $v(t) \equiv 0$. Запишем (1) в следующем виде

$$\frac{dx}{dt} = f(x), \quad t \geq 0.$$

Здесь $f(x) = axe^{-\frac{x}{m}} - bx$ задает функцию роста трудовых ресурсов, владеющих новой технологией. График $f(x)$ при значениях параметров $a = 10$, $m = 30$, $b = 0,1$ приведен на Рис.1, где $x_{\max} = 29,2$, $x_1 = 60$,

$R = 138,16$. Охарактеризуем функцию $f(x)$ на промежутках $0, x_{\max}$, x_{\max}, x_1 , x_1, R и $R, +\infty$.

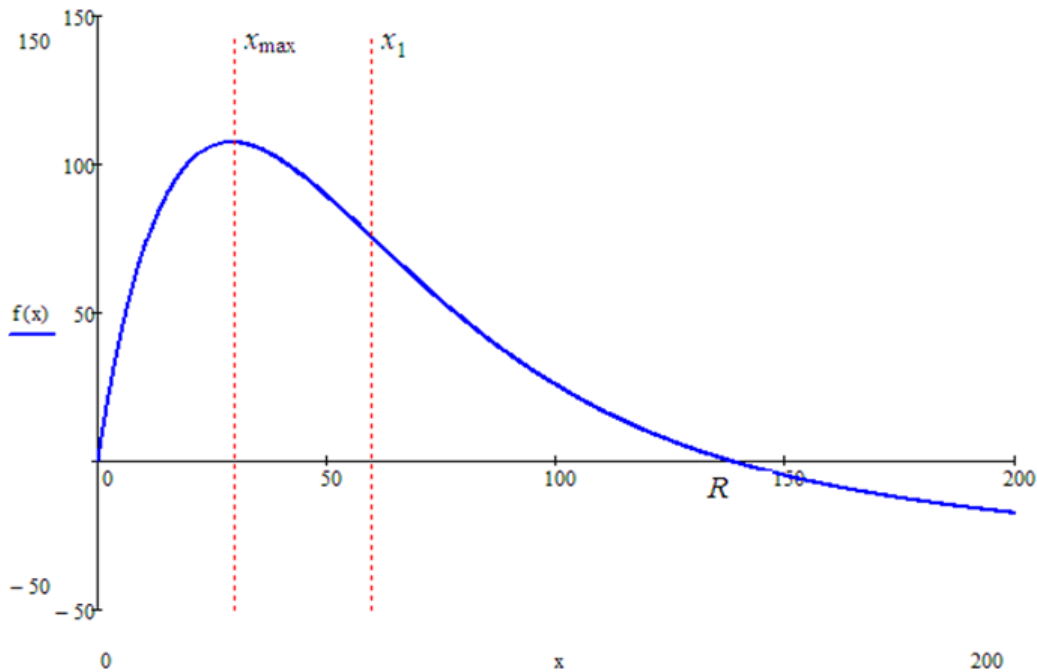


Рисунок 1. График функции $f(x)$ при $a = 10, m = 30, b = 0,1$

- При начальном небольшом количестве работников, владеющих новой технологией, т. е. $x < x_{\max}$, скорость освоения новой технологии возрастает, что объясняется интересом к ней наиболее активных и любознательных работников. Таким образом, x_{\max} отражает уровень, соответствующий максимальной скорости обучаемости работников. Функция $f(x)$ на промежутке $0, x_{\max}$ возрастает и является вогнутой.

- При $x \in [x_{\max}, x_1]$ скорость обучения путем взаимодействия работников друг с другом (внутреннее обучение) снижается, поскольку теперь в этот процесс вовлекаются менее заинтересованные слои трудового коллектива. При этом с каждым дополнительным работником, освоившим технологию, происходит большее замедление скорости внутреннего обучения. Здесь, функция $f(x)$ убывает и является вогнутой.

- При $x \in [x_1, R]$ в обучение вовлекаются еще более инертные слои. Функция $f(x)$ убывает и является выпуклой. Скорость обучения не высока, и каждому дополнительному обученному работнику соответствует меньшее ее снижение.

- При $x > R$ скорость внутреннего обучения отрицательна. Величина $L - R$ характеризует объем трудовых ресурсов, не проявляющих самостоятельного интереса к инновациям или не способных к самообучению.

На Рис. 2 и 3 приведены результаты качественного исследования уравнения (1) при $v(t) \equiv 0$ и набросок семейства интегральных кривых. Для любого начального условия $x_0 > 0$ интегральные кривые при $t \rightarrow +\infty$ стремятся к уровню насыщения $x = R$.

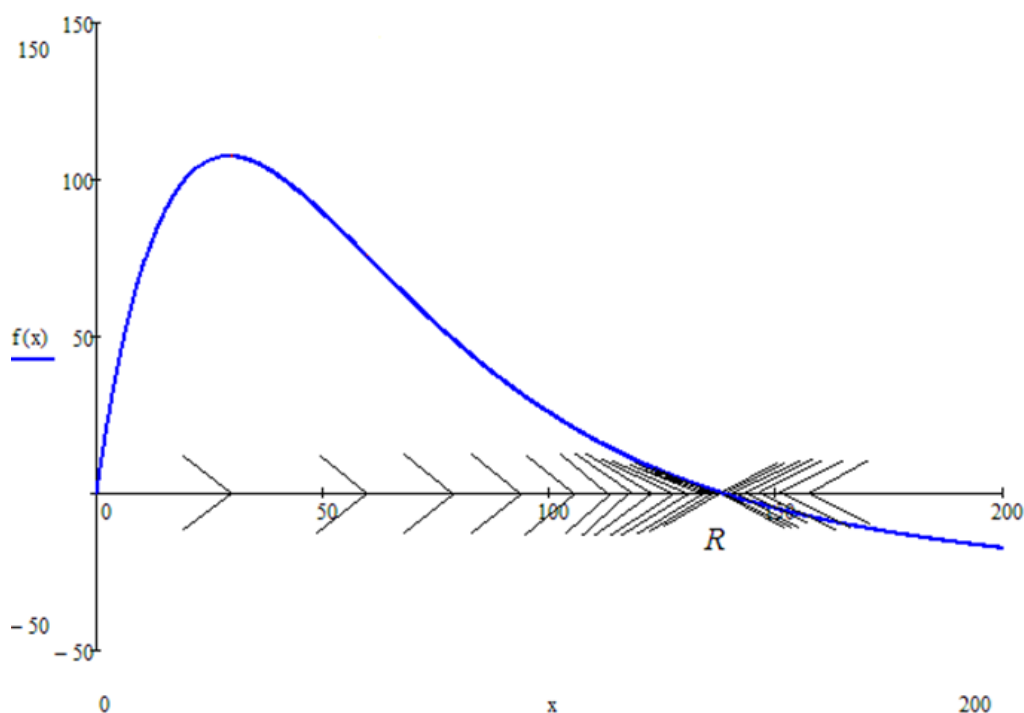


Рисунок 2. Фазовый портрет

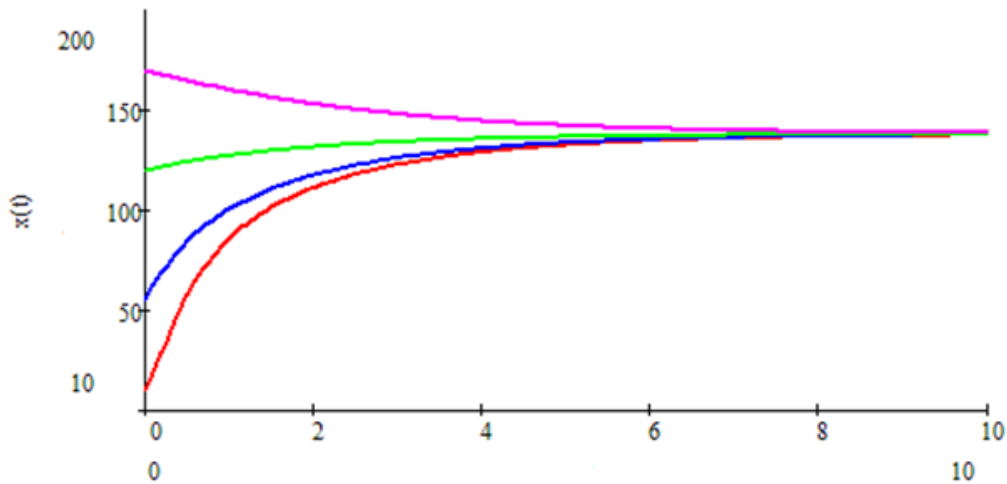


Рисунок 3. Семейство интегральных кривых

Введение внешнего обучения в уравнение (1) позволяет увеличить уровень насыщения и, тем самым, добиться того, чтобы новой технологией овладело большее число работников, что приведет к увеличению выпуска продукции и дохода. Суммарный доход фирмы описывается интегралом $\int_0^T (Ax(t) + B - qv(t))dt$, где $qv(t)$ — текущие затраты фирмы, направленные на обучение работников, T — горизонт планирования.

Рассмотрим задачу выбора такой стратегии обучения $v(\cdot)$, при которой суммарный доход фирмы будет наибольшим, т. е.

$$J(v(\cdot)) = \int_0^T (Ax(t) + B - qv(t))dt \rightarrow \sup. \quad (3)$$

Задача (1)—(3) является задачей оптимального управления, в которой $x(\cdot)$ — траектория, а $v(\cdot)$ — управление. Особенность этой задачи состоит в том, что управление v входит в правую часть уравнения динамики (1) линейно и не является ограниченным сверху. Это означает, что хотя суммарные расходы, затрачиваемые руководством фирмы на обучение персонала, ограничены, но их интенсивность может быть сколь угодно большой в течение

краткого промежутка времени, т. е. допускается в некотором смысле «агрессивное» обучение, приводящее к почти скачкообразным изменениям уровня освоения новой технологией. Указанная особенность приводит к тому, что в классе кусочно-непрерывных управлений данная задача не имеет решения.

Будем рассматривать задачу (1)—(3) в расширенной постановке, учитывающей возможность «агрессивного» обучения и скачки уровня x . Соответствующая задача оптимального управления с разрывными траекториями описывается следующими соотношениями [1]:

$$J(e) = y(T+) \rightarrow \max, \quad \text{где } e = x(\cdot), y(\cdot), \mu, \quad \mu = v(\cdot), S, c_s, s \in S; \quad (4)$$

$$\dot{x} = (ax + kv)e^{-\frac{x}{m}} - bx, \quad \dot{y} = Ax - qv, \quad t \in [0, T] / S, \quad (5)$$

$$e^{\frac{x(s+)}{m}} = e^{\frac{x(s-)}{m}} + \frac{k}{m} c_s, \quad y(s+) = y(s-) - qc_s, \quad t = s \in S, \quad (6)$$

$$x(0-) = x_0, \quad y(0-) = 0, \quad (7)$$

$$v(t) \geq 0, \quad t \in [0, T], \quad c_s \geq 0, \quad s \in S. \quad (8)$$

Управлением в задаче (4)-(8) является набор $\mu = v(\cdot), S, c_s, s \in S$, в котором кусочно-непрерывная функция $v(\cdot)$ описывает усилия руководства фирмы, направленные на обычное обучение, S — множество моментов времени s , в которых проводится обучение с высокой интенсивностью, c_s — интенсивность обучения в момент $s \in S$. Ограничение на управление задается соотношениями (8). Предполагается, что $\int_0^T v(t)dt + \sum_{s \in S} c_s \leq M$, где $M > 0$ задает ограничение по суммарным расходам на обучение работников. Кусочно-непрерывные функции $x(\cdot)$ и $y(\cdot)$ — траектории. На промежутках, не включающих точки множества S , они удовлетворяют системе

дифференциальных уравнений (5), а в точках множества S — условию скачка (6). Заметим, что функция $y(\cdot)$ появляется при переходе от интегрального функционала к терминальному, а именно, в задаче (1)—(3) $J(v(\cdot)) = y(T) + BT$, где

$$y(t) = \int_0^t Ax(\xi) - qv(\xi) d\xi, \quad (9)$$

и после расширения задачи (1)-(3) до задачи с разрывными траекториями и отбрасывания слагаемого BT получаем критерий качества (4). Цель управления в задаче (4)—(8) состоит в нахождении такой стратегии обучения работников μ , при которой функционал качества (4) принимает наибольшее значение.

Назовем допустимым процессом задачи (4)-(8) набор $e = (x(\cdot), y(\cdot), \mu)$, состоящий из кусочно-непрерывных траекторий $x(\cdot)$, $y(\cdot)$ и управления $\mu = v(\cdot), S, c_s, s \in S$, удовлетворяющих соотношениям (5)-(8). Назовем $\bar{e} = (\bar{x}(\cdot), \bar{y}(\cdot), \bar{\mu})$ оптимальным процессом задачи (4)-(8), если для всех допустимых процессов $e = (x(\cdot), y(\cdot), \mu)$ выполняется неравенство $J(\bar{e}) \geq J(e)$.

Сделаем два замечания [1].

Замечание 1. Допустимое управление $\mu = v(\cdot), S, c_s, s \in S$ по сути является неотрицательной мерой Лебега-Стилтьеса и может быть записано в следующем виде

$$\mu = v(t)dt + \sum_{s \in S} c_s \delta(t - s),$$

где: $\delta(t-s)$ — дельта-функция Дирака, сосредоточенная в точке s . Такие управления принято называть импульсными, а задачу вида (4)—(8) — задачей оптимального импульсного управления.

Замечание 2. Для любого допустимого процесса $e = (x(\cdot), y(\cdot), \mu)$ найдется последовательность $\{e_k\}$, состоящая из троек функций $(x_k(\cdot), y_k(\cdot), v_k(\cdot))$, удовлетворяющих (1), (2) и (9), такая, что функции $x_k(\cdot), y_k(\cdot)$ сходятся к $x(\cdot), y(\cdot)$ в точках непрерывности, а $v_k(t)dt \rightarrow \mu$ в смысле сходимости мер. Таким образом, любая траектория задачи (4)—(8) может быть приближена последовательностью траекторий задачи (1)—(3).

Исследуем задачу (4)—(8) при помощи необходимых условий оптимальности в форме принципа максимума для задач оптимального импульсного управления [1].

2. Необходимые условия оптимальности в задаче (4)—(8) и их анализ

Обозначим через $\bar{e} = (\bar{x}(\cdot), \bar{y}(\cdot), \bar{\mu})$, где $\bar{\mu} = \bar{v}(\cdot), \bar{S}, \bar{c}_s, s \in \bar{S}$, исследуемый на оптимальность процесс задачи (4)—(8). Будем считать, что величина M достаточно большая и на исследуемом процессе выполняется неравенство $\int_0^T \bar{v}(t)dt + \sum_{s \in \bar{S}} \bar{c}_s < M$. Выпишем условия принципа максимума [1], для простоты опуская черту у исследуемого процесса.

Функция Понтрягина:

$$H = \psi \left(ax + kv e^{\frac{-x}{m}} - bx \right) + Ax - qv. \quad (10)$$

Соотношения для сопряженной переменной:

$$t \in [0, T] / S: \quad \frac{d\psi}{dt} = \psi \cdot \left(\frac{1}{m} ax + kv e^{\frac{-x}{m}} - ae^{\frac{-x}{m}} + b \right) - A, \quad (11)$$

$$t = s \in S : \quad \psi(s+) = \psi(s-) \left(kc_s + e^{\frac{x(s-)}{m}} \right) \cdot e^{-\frac{x(s-)}{m^2}}, \quad (12)$$

$$t = T+ : \quad \psi(T+) = 0. \quad (13)$$

Условия максимума:

$$H_v = \psi(t)ke^{-\frac{x(t)}{m}} - q \begin{cases} = 0, & \text{если } v(t) > 0 \text{ или } t = s \in S, \\ \leq 0 & \forall t \in [0, T]. \end{cases} \quad (14)$$

Условия оптимальности точек скачка:

$$\begin{aligned} & \psi(s+) \left(ax(s+)e^{-\frac{x(s+)}{m}} - bx(s+) \right) + Ax(s+) - \\ & - \psi(s-) \left(ax(s-)e^{-\frac{x(s-)}{m}} - bx(s-) \right) - Ax(s-) \begin{cases} \geq 0, & s = 0, \\ = 0, & s = (0, T), \\ \leq 0, & s = T. \end{cases} \end{aligned} \quad (15)$$

При записи соотношений (10)—(15) учли, что сопряженная переменная по u тождественно равна 1.

Прокомментируем условия принципа максимума.

1. Сопряженная функция $\psi(\cdot)$ является кусочно-непрерывной функцией.

На участках, не содержащих точки множества S , она удовлетворяет дифференциальному уравнению (11), а в точках S — условию скачка (12).

В конечный момент времени выполняется условие трансверсальности (13).

2. Условие максимума управления (14) означает, что если $\bar{e} = (\bar{x}(\cdot), \bar{y}(\cdot), \bar{\mu})$, $\bar{\mu} = \bar{v}(\cdot)$, \bar{S} , \bar{c}_s $_{s \in \bar{S}}$ — оптимальный процесс, $\psi(\cdot)$ — соответствующая \bar{e} сопряженная функция, то справедливо следующее:

- в моменты времени t , в которых $\bar{v}(t) > 0$, выполняется равенство

$$\psi(t)ke^{-\frac{\bar{x}(t)}{m}} - q = 0,$$

- в моменты времени $t = s \in \bar{S}$, когда проводится обучение высокой интенсивности («агрессивное» обучение), выполняются равенства

$$\psi(s+)ke^{-\frac{\bar{x}(s+)}{m}} - q = 0, \quad \psi(s-)ke^{-\frac{\bar{x}(s-)}{m}} - q = 0,$$

- в остальные моменты $t \in [0, T]$ выполняется неравенство

$$\psi(t)ke^{-\frac{\bar{x}(t)}{m}} - q \leq 0.$$

3. Условие оптимальности моментов времени, в которых осуществляется обучение высокой интенсивности, задается соотношениями (15).

Анализ условия принципа максимума приводит к следующим выводам:

1. Пусть выполняется условие:

$$x(t)\psi(t)e^{-\frac{x(t)}{m}} - q \leq 0, \quad t \in [0, T], \quad (16)$$

где $x(\cdot)$ и $v(\cdot)$ — решение следующей системы дифференциальных уравнений

$$\begin{aligned} \dot{x} &= (ax + kv)e^{-\frac{x}{m}} - bx, & x(0-) &= x_0, \\ \dot{\psi} &= \psi \cdot \left(\frac{a}{m} xe^{-\frac{x}{m}} - ae^{-\frac{x}{m}} + b \right) - A, & \psi(T+) &= 0. \end{aligned}$$

Тогда дополнительное обучение работников со стороны руководства фирмы не эффективно, т.е. $\bar{v}(t) \equiv 0$, $\bar{S} = \emptyset$.

2. Пусть условие (16) не выполнено. Тогда существует магистральный участок $\Delta = [\tau_1, \tau_2]$, на котором $\bar{x}(t) = x^*$, $\bar{v}(t) = v^*$, где x^* и v^* — решения уравнений

$$ax + kv e^{-\frac{x}{m}} - bx = 0, \quad e^{\frac{x}{m}} = \frac{(a + kA)m}{(m + x)b}. \quad (17)$$

При этом реализуется один из следующих случаев:

2.1. Пусть $x_0 \geq x^*$. Тогда $\bar{S} = \emptyset$, $\bar{v}(t) = v^* \cdot \chi_{[\tau_1, \tau_2]}(t)$.

Здесь $\chi_{[\tau_1, \tau_2]}(t)$ — характеристическая функция отрезка $[\tau_1, \tau_2]$, а моменты выхода на магистраль τ_1 и схода с нее τ_2 определяются из следующих условий:

- момент τ_1 : $\frac{dx}{dt} = ae^{-\frac{x}{m}} - bx$, $x(0) = x_0$, $x(\tau_1) = x^*$;
- момент τ_2 :

$$\frac{d\psi}{dt} = \psi \cdot \left(\frac{a}{m} x e^{-\frac{x}{m}} - a e^{-\frac{x}{m}} + b \right) - A,$$

$$\psi(\tau_2) = \frac{q}{k} e^{\frac{x^*}{m}}, \quad \psi(T) = 0,$$

$$\frac{dx(t)}{dt} = a e^{-\frac{x}{m}} - bx, \quad x(\tau_2) = x^*.$$

Таким образом, при $x_0 \geq x^*$ из-за высокого начального уровня освоения новой технологии агрессивное обучение не эффективно. На начальном промежутке времени $[0, \tau_1]$ руководству фирму не выгодно прилагать усилия к

обучению работников, однако, после снижении уровня x до магистрального x^* в момент τ_1 проводится обычное обучение с интенсивностью v^* , позволяющее поддерживать количество работников, владеющих новой технологией, на магистральном уровне.

2.2. Пусть $x_0 < x^*$. Тогда

$$\bar{v}(t) = v^* \cdot \chi_{[0, \tau_2]}(t), \quad \bar{S} = \{0\}, \quad \bar{c}_{s=0} = \frac{m}{k} \left(e^{\frac{x^*}{m}} - e^{\frac{x_0}{m}} \right),$$

где момент схода с магистрального участка $\tau_2 > 0$ определяется как в 2.1. В этом случае в начальный момент времени эффективно проведение обучения высокой интенсивности, оно приводит к скачку функции $\bar{x}(\cdot)$ в момент $t = 0$ с начального уровня x_0 до магистрального x^* . Далее проводится обычное обучение, нацеленное на сохранение магистрального уровня освоения новой технологии. После момента τ_2 затраты на обучение перестают окупаться.

2.3. В случае, когда горизонт планирования мал и $x_0 < x^*$, магистральный участок может отсутствовать и управление будет чисто импульсным. При этом в начальный момент времени проводится обучение высокой интенсивности, поднимающее x с начального уровня x_0 до \tilde{x} , где \tilde{x} удовлетворяет условиям

$$\begin{aligned} \frac{d\psi}{dt} &= \psi \cdot \left(\frac{a}{m} x(t) e^{-\frac{x(t)}{m}} - a e^{-\frac{x(t)}{m}} + b \right) - A, \\ \psi(0) &= \frac{q}{k} e^{\frac{\tilde{x}}{m}}, \quad \psi(T) = 0, \\ \frac{dx(t)}{dt} &= a e^{-\frac{x(t)}{m}} - bx(t), \quad x(0) = \tilde{x}. \end{aligned}$$

В этом случае принципу максимума будет удовлетворять управление $\bar{\mu}$ со следующими компонентами:

$$\bar{v}(t) \equiv 0, \bar{S} = \{0\}, \bar{c}_{s=0} = \frac{m}{k} \left(e^{\frac{\tilde{x}}{m}} - e^{\frac{x_0}{m}} \right).$$

Проиллюстрируем полученные выводы на числовом примере. Зададим значения параметров

$$a = 10, b = 0.6, m = 30, k = 2, q = 1, A = 20, T = 10, x_0 = 70.$$

Вычислим магистральные значения уровней освоения новой технологии и усилий по обучению со стороны руководства фирмы из уравнений (17).
Имеем

$$x^* = 90.878, v^* = 109.472, \tau_2 = 9.385.$$

Поскольку $x_0 < x^*$, то в начальный момент времени проводится «агрессивное» обучение, приводящее к скачкообразному увеличению уровня x до магистрального. При этом $\bar{S} = \{0\}$, $\bar{c}_{s=0} = 199.39$. Обычное обучение задается функцией $\bar{v}(t) = 109.472 \cdot \chi_{[0,9.385]}(t)$. На Рис. 4 и 5 приведены графики управления и соответствующей траектории, удовлетворяющих принципу максимума. Можно показать, что для полученного процесса выполняются достаточные условия оптимальности из работы [2], и, следовательно, он является оптимальным.

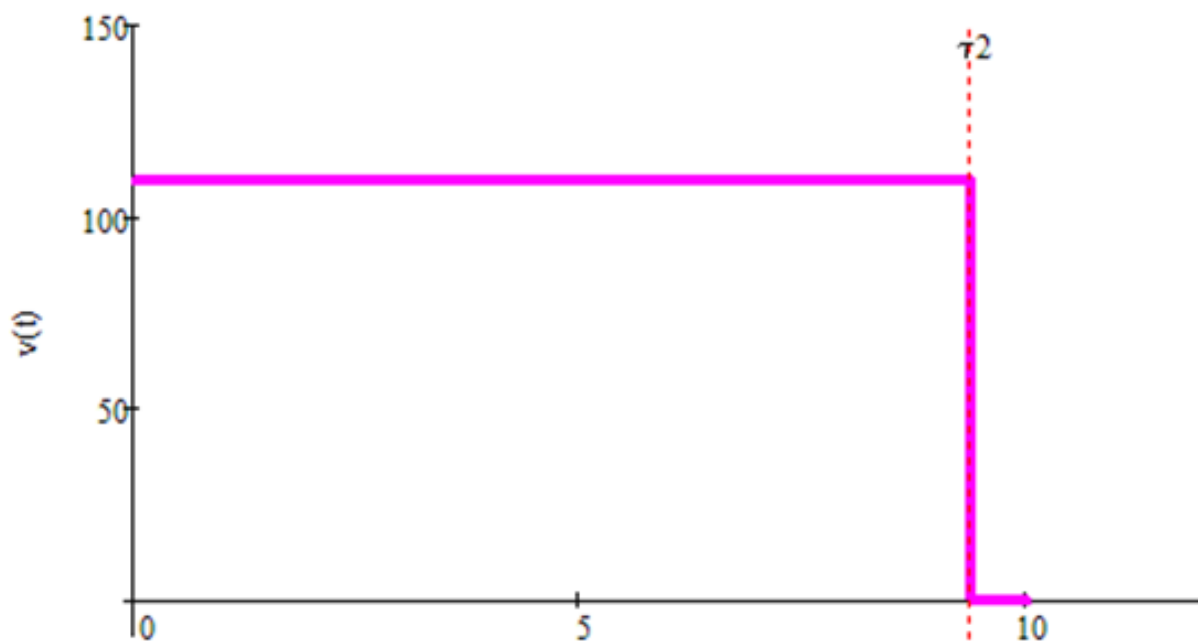


Рисунок 4. Оптимальное управление

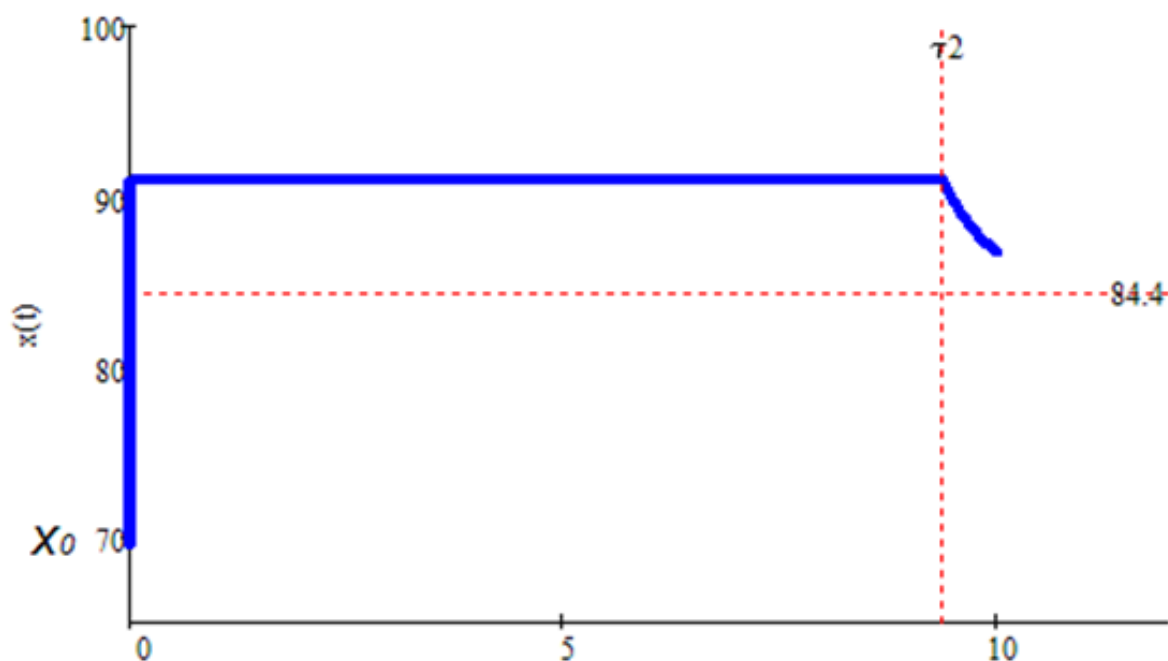


Рисунок 5. Оптимальная траектория

Таким образом, в содержательных случаях решение задачи носит магистральный характер и имеет участок особого управления, на котором x поддерживается на постоянном уровне x^* . Если $x_0 < x^*$, то в начальный момент времени эффективно обучение с высокой интенсивностью,

что приводит к скачкообразному возрастанию уровня x до магистрального значения. Если $x_0 \geq x^*$, то имеется начальный участок выхода на магистраль, на котором обучение не ведется.

Список литературы:

1. Дыхта В.А., Самсонык О.Н. Оптимальное импульсное управление с приложениями. М.: ФИЗМАТЛИТ, 2003.
2. Dykhtha V.A., Samsonyuk O.N. Some applications of Hamilton-Jacobi inequalities for classical and impulsive optimal control problems // European Journal of Control. — 2011. — Vol. 17. — Pp. 55—69.

ФАКТОРЫ, ВЛИЮЩИЕ НА ЦЕНУ АКЦИЙ КОМПАНИИ

Бледных Ксения Викторовна

*студент 5 курса, кафедра «Финансы и кредит» ПВГУС,
г. Тольятти
E-mail: ksenya_050892@mail.ru*

Рахматуллина Галия Абдулхаевна

*студент 5 курса, кафедра «Финансы и кредит» ПВГУС,
г. Тольятти
E-mail: ochen55@mail.ru*

Пихтарева Анна Владимировна

*научный руководитель, ассистент кафедры «Финансы и кредит» ПВГУС,
г. Тольятти*

Оценка акций в связи с нестабильностью экономической обстановки на фондовом рынке достаточно высока. Необходимость оценки акций выражается в принятии первого шага к тому, чтобы повысить меры безопасности инвестиций. Инвестор, вкладывая имеющиеся в его распоряжении средства в акции в той или иной компании, способствует тем самым развитию её бизнеса, акционер становится совладельцем данной компании.

Рыночная стоимость предприятия также во многом определяется ценой на акции. Фундаментальным анализом рынка и состояния финансового положения предприятия удастся избежать возможных ошибок в условиях непостоянства цен на ценные бумаги. Оценка акций повышает уверенность в принимаемых решениях, добавляет обоснованные доказательства для того, чтобы увеличить вложения средств, ведь рыночную стоимость ценных бумаг определяют независимые оценщики в соответствии с федеральным законодательством оценочной деятельности. Рассмотрим факторы, влияющие на цену акций (рис. 1).

Существенным фактором в процессе образования цен на рынке акций является конкуренция, способствующая снижению цен при монопольной структуре рынка ценных бумаг или повышению цен при монополии на данном рынке.

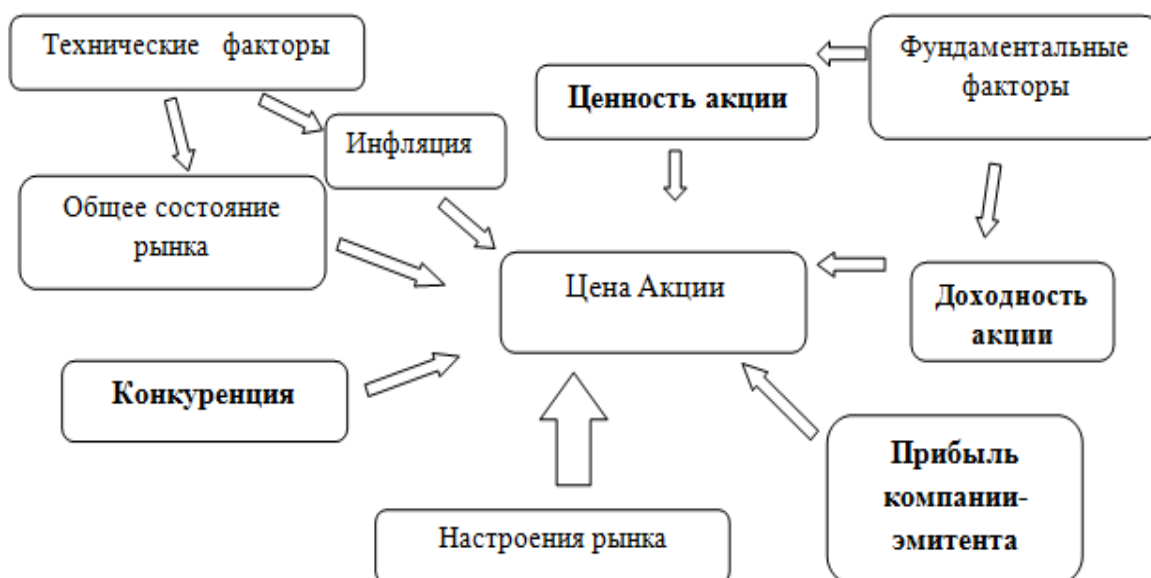


Рисунок 1. Факторы, влияющие на цену акций

Если рынок ценных бумаг развивается монопольно, то для него характерно преобладание отдельных эмитентов. Если же на рынке ценных бумаг монополия, то данный фактор означает преобладание на фондовом рынке инвесторов. Для Российского фондового рынка свойственно одновременное наличие монополии и монополии инвесторов. Включение тех или иных компаний в фондовый индекс (например, S & P 500, Nasdaq-100, Dow Jones США Large Cap и др.) способствует росту покупательского интереса на акции таких компаний, создает покупательский спрос и рост курса акций. Обратный эффект будет наблюдаться при удалении из индекса соответствующей компании. Спрос существует, когда трейдеры и инвесторы хотят купить дешевле, и потом продать дороже, ожидая роста цены на акцию. Предложение появляется, когда инвесторы и трейдеры ждут падения, и хотят продать дороже (а потом купить дешевле) [2].

Одной из весомых причин колебания цены акции является прибыль компании-эмитента [2]. Существует множество факторов, определяющих стабильность прибыли компании, к которым можно отнести: квалификацию и компетентность руководителей, конкурентоспособность, использование новых технологий, которые дают преимущества по сравнению с аналогичными

компаниями, сильные позиции на рынке, обширная клиентская база и т. д. Также важнейшим моментом при принятии решения о покупке акций компании-эмитента является ее взвешенный анализ. Если прибыль превысила ожидания трейдеров, инвесторов и аналитиков, то участники рынка позитивно реагируют. Такая информация о компании поднимает интерес и цену, и соответственно участники рынка покупают ее с целью продать дороже. Таким образом, быки своим поведением поднимают цену акции еще выше. Но с другой стороны, если в отчете компании прибыль оказалась ниже ожиданий аналитиков и трейдеров, то все происходит наоборот: интерес к этой акции падает, что приводит к падению цены. Вследствие чего участники рынка начинают продавать акции по текущей цене с целью приобретения по более низкой [2].

Другим важным фактором, влияющим на цену акций является минимальная доходность, которую хотят получить инвесторы, вкладывая деньги в акции, то есть ставка дисконтирования. В свою очередь, на доходность акций оказывают влияние следующие факторы (рисунок 2).

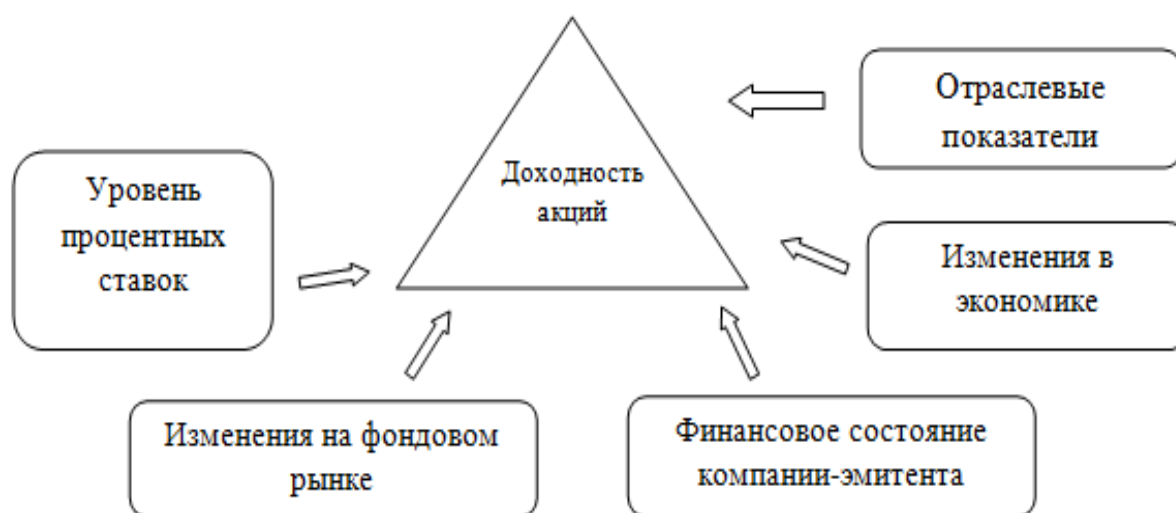


Рисунок 2. Факторы, влияющие на доходность акций

К факторам, которые влияют на необходимую инвесторам доходность, относится уровень процентных ставок в экономике, который определяется

уровнем депозитных и кредитных ставок, ставкой рефинансирования Центрального Банка и инфляцией. Данный показатель является общим для всей экономики. Рост общего уровня ставок может неблагоприятно воздействовать на динамику рынка акций по нескольким причинам. Во-первых, для корпоративного сектора возможность дальнейшего роста и увеличения прибыли ограничивается удорожанием кредитных ресурсов. Во-вторых, в связи с ростом процентных ставок становятся более доходными вложения в другие способы вложения денег, например, облигации, что обусловит перемещение инвестиционных ресурсов с рынка акций.

Следующим фактором, влияющим на доходность акций, являются изменения в экономике страны в целом. Упадок финансовых результатов деятельности компаний-эмитентов связан со снижением стоимости вложений в акции как следствие снижения темпов экономического роста.

Изменения на фондовом рынке также оказывают воздействие на доходность акций. Фондовый рынок действует согласно законам циклического развития — фаза роста сменяется фазой спада, за которой вновь следует оживление и рост, следственно к колебаниям котировок акций, иногда весьма значительным, нужно быть готовым.

Доходность акций также связана с финансовым состоянием компании-эмитента. На основе анализа финансовой отчетности и состояния существующей задолженности производится оценка уровня компании: как изменилась сумма задолженности компании за прошедший год, каковы источники заимствованных ресурсов, и как компания намерена их возмещать. Несомненно, многое зависит от индивидуальных характеристик компании — ее кредитного качества (готовности банков давать в долг), уровня ликвидности акций - если акции активно обращаются на бирже, их легко купить и продать. Так корректное поведение компании по отношению к миноритарным акционерам тоже влияет на снижение ставки дисконтирования и возможный рост курсовой стоимости акций [3]

Следует отметить и важность информационного аспекта, связанного с оглашением непредвзятой информации о компании, что может вызвать быстрое падение котировок. Поддержание доверия инвесторов является главной целью государственного регулирования в данной области. Существуют отраслевые показатели, влияющие на доходность, требуемую от вложений в акции компаний отрасли. Например, цены на нефть склонны большим колебаниям. Делая вложения в нефтяные акции, инвесторы склоняются к большей доходности, нежели чем в компании, которые занимаются добычей драгоценных металлов. Внедрение нового продукта на рынок рассматривается как усилитель дохода для компании. Также это относится к существующим продуктам, которые распространяются на новые рынки. Порой наличие лишь перспективы введения нового продукта достаточно для улучшения показателей цен на акции компании [4].

Подводя итог, следует отметить, что к факторам, оказывающим влияние на цену акций, относятся

- конкуренция, имеющая существенное значение в процессе ценообразования на рынке акций;
- включение тех или иных компаний в фондовый индекс, способствующее росту покупательского интереса на акции таких компаний;
- прибыль компании-эмитента;
- взвешенный анализ компании-эмитента;
- минимальная доходность, которую хотят получить инвесторы, вкладывая деньги в акции, то есть «ставка дисконтирования»;
- отраслевые показатели, влияющие на доходность, требуемую от вложений в акции компаний отрасли.

Список литературы:

1. Алексей. Все виды современных инвестиций //Долгосрочные инвестиции — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://mlminvestor.ru> (дата обращения 03.10.2013).
2. Галанов В.А. Рынок ценных бумаг// Финансы и статистика — 2006. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: institutiones.com/general/698-rinok-cennih-bumag.html (дата обращения 01.10.2013).
3. Официальный сайт биржевой группы «Московская Биржа» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://moex.com> (дата обращения 01.10.2013).
4. Официальный сайт Forex-брокера. Российские акции недооценены, и до конца года рынок может подскочить на 12 % — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://finam.ru>. (дата обращения 02.10.2013).
5. ФЗ «О Рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ (с изменениями и дополнениями от 30.09.2013) — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.consultant.ru/popular/cenbum> (дата обращения 01.10.2013).

К ВОПРОСУ О ТРУДОВОЙ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Булыгин Алексей Николаевич

*студент 2-го курса механического отделения КУПК,
г. Каменск-Уральский
E-mail: 66_pla@rambler.ru*

Польщикова Людмила Александровна

*научный руководитель, преподаватель экономики КУПК,
г. Каменск-Уральский*

Перед каждым человеком встает проблема выбора профессии, т. к. это серьезный жизненный этап, который определяет не только его дальнейшую судьбу, но и социально-экономическое благополучие общества в целом. Задача выбора профессии достаточно сложна, потому что для ее правильного решения необходимо учесть много данных, в частности, свои интересы, склонности, способности, пути получения профессионального образования, перспективы трудоустройства по полученной профессии и т. д. В правильности решения человек убеждается только спустя годы. Человек выбирает не только конкретный вид деятельности, но строит модель своего будущего, планирует свою будущую карьеру. Поэтому значимость выбора профессии нацеливает на информированность родителей и педагогов, а также выпускников образовательных учреждений в вопросах, связанных с состоянием рынка труда, перспективными направлениями социально-экономического развития региона, путях получения профессионального образования и последующего поиска подходящей работы.

Важно помнить, что мир меняется, меняется потребность общества в тех или иных профессиях (специальностях), меняются требования к уровню подготовки, образованию и квалификации человека. Сегодня на рынке труда Свердловской области требуются высококвалифицированные рабочие и специалисты преимущественно для промышленного производства, строительства и сервиса. В перспективе будет возрастать потребность в специалистах для высокотехнологичных производств, информационных систем и технологий.

Грамотно распорядиться выбором своего профессионального пути сейчас, значит — «сконструировать свое будущее» и впоследствии стать конкурентоспособным.

Социально-экономическое развитие общества зависит от процессов, происходящих в сфере занятости. Занятость населения — это отношения между людьми по поводу удовлетворения личных и общественных потребностей и получения заработка, личный интерес и личные мотивы составляют важнейший стимул к эффективному производству. Поэтому практически для каждого человека реформы условий занятости сопряжены с необходимостью приспособливаться и менять экономические, социальные и психологические стереотипы, которые складывались порой не один год [1].

К 2020 году Свердловская область стратегически ориентирована на повышение конкурентных преимуществ, инвестиционной привлекательности и создание комфортных условий для проживания и трудовой занятости жителей области. В связи с этим возрастает проблема кадровой обеспеченности динамично развивающихся секторов экономики.

Экономика Свердловской области носит ярко выраженный «индустриальный» характер. С планируемым повышением к 2020 году производительности труда промышленного сектора экономики, требует решения задачи обеспечения его, наряду с традиционными рабочими местами, высокопроизводительной рабочей силой. Среди обрабатывающих производств доминирует металлургическое производство.

В 2012 году на рынке труда сохранилась тенденция повышения спроса на труд почти во всех перечисленных видах экономической деятельности. Возросло количество вакансий в строительстве, здравоохранении и предоставлении социальных услуг, ремонте автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования, обрабатывающих производств, гостиничном сервисе, транспорте.

Процесс трудовой занятости в Свердловской области имеет положительную динамику, наблюдается снижение уровня безработицы.

Так, на 01 февраля 2013 года в органы службы занятости населения Свердловской области обратился в поиске подходящей работы 38189 человек (на 01 февраля 2012 года — 45614 человек). Уровень регистрируемой безработицы на 01 февраля 2013 года составил 1,31 % (на 01 февраля 2012 года — 1,63 %) зафиксирован на рисунке 1.

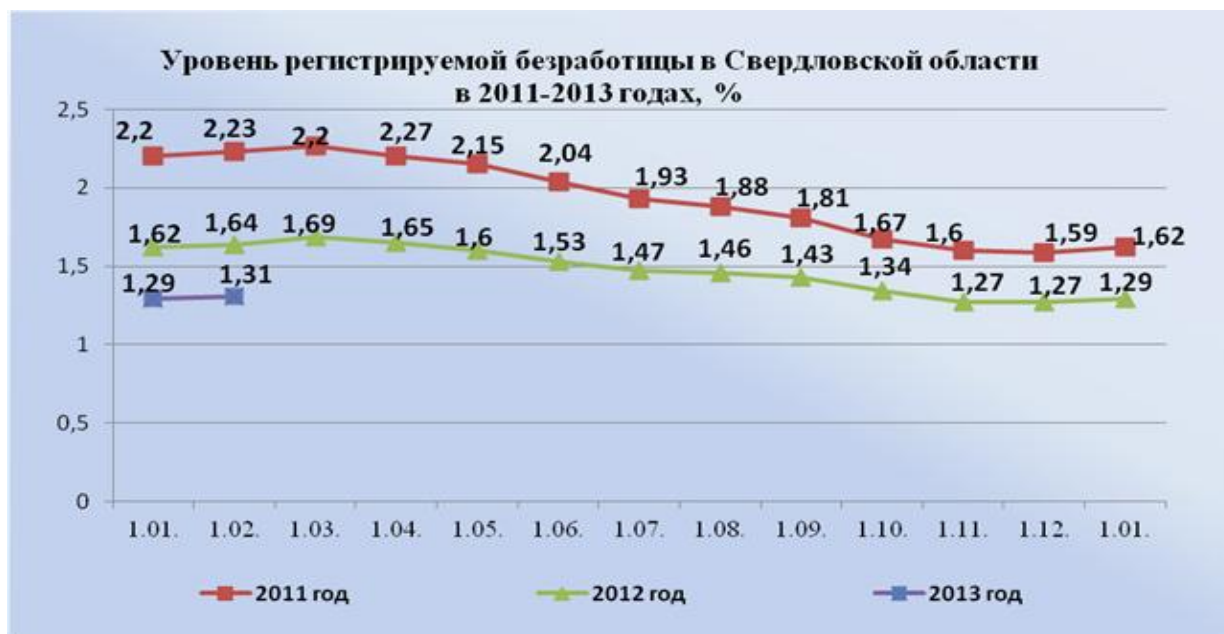


Рисунок 1. Уровень регистрируемой безработицы в свердловской области в 2011—2013 годах, %

Общая численность граждан, не имеющих работу, но активно ищущих ее, классифицируемых по методологии МОТ как безработные, составила на 01 февраля 2013 года 158 266 человек (на 1 февраля 2012 года — 169689 человек).

Уровень общей безработицы по Свердловской области на 01 февраля 2013 года составил 6,7 % (на 01 января 2012 года — 7,3 %).

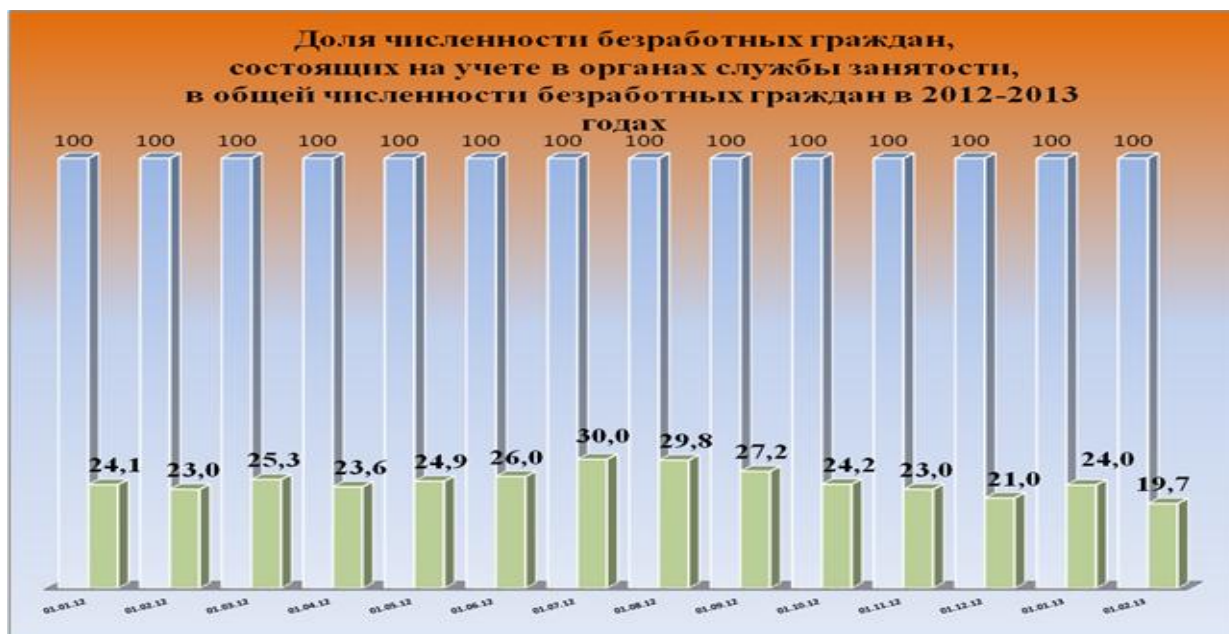


Рисунок 2. Доля численности безработных граждан, состоящих на учете в органах службы занятости, в общей численности безработных граждан в 2012—2013 годах

Доля официально зарегистрированных безработных в общей численности безработных граждан составила 19,7 % (на 01 февраля 2012 года — 23,0 %, соответственно) представлены на рисунке 2.

Основная причина безработицы в Свердловской области — это увольнение людей по собственному желанию.

В общей численности безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости по состоянию на 01 февраля 2013 года: 61,3 % составили граждане, уволившиеся по собственному желанию, 12,1 % — граждане, уволенные в связи с ликвидацией организации, либо сокращением численности или штата работников организации, уволенные по инициативе работодателя и уволенные за нарушение трудовой дисциплины — 1,1 %, уволенные по другим причинам — 25,5 % [2].

В составе безработных граждан на 01 февраля 2013 года доля граждан, имеющих среднее (полное) общее образование, составила — 21,3 %, начальное профессиональное образование — 26,5 %, среднее профессиональное — 19,6 %, высшее профессиональное — 15,5 % (рис. 3).

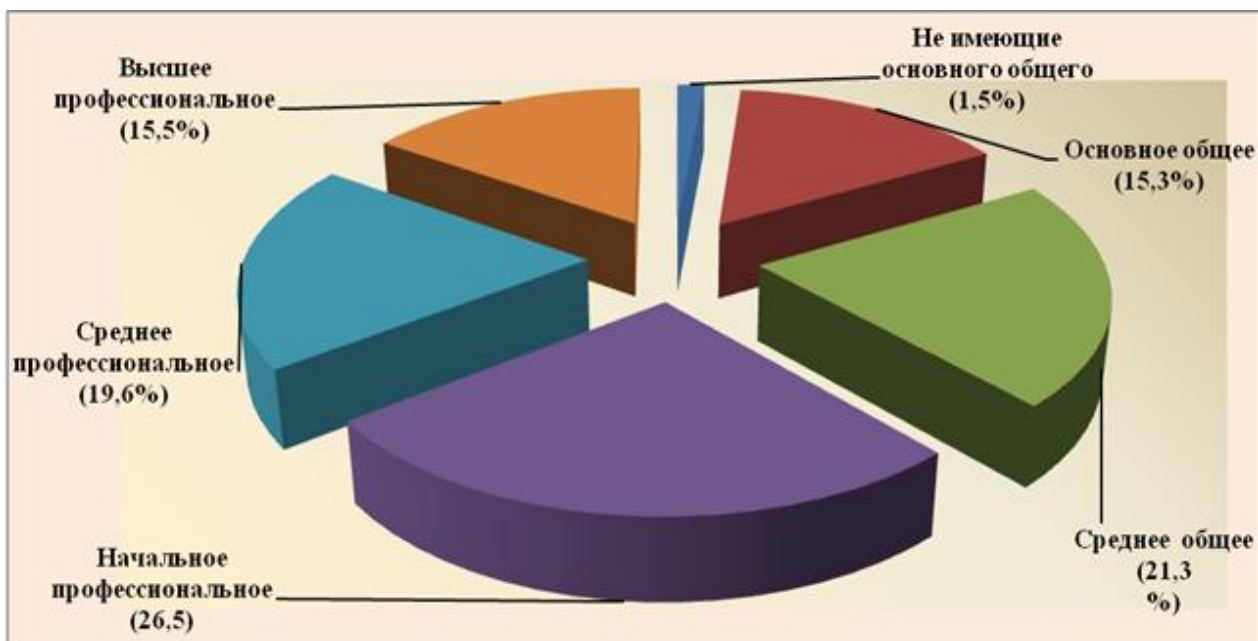


Рисунок 3. Распределение безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости населения на 01 февраля 2013 года, по образованию, %

По состоянию на 01 февраля 2013 года заявленная работодателями потребность в работниках для замещения свободных рабочих мест (вакантных должностей) составила 39373 человек (рис. 4). Вакансии по рабочим профессиям составили 69,2 % от всех вакансий [2].



Рисунок 4. Потребность в работниках и численность безработных граждан, состоящих на учете в органах службы занятости на 1 февраля 2013 года (тыс. единиц, тыс. человек)

В январе 2013 года направлено на профессиональное обучение 97 безработных граждан.

Среди общих тенденций занятости населения свердловской области следует отметить:

1. Снижение уровня безработицы с 7,3 % до 6,7 %.

2. Падение престижа ряда профессий, таких как подсобный рабочий (неудовлетворительный спрос составил 5399), уборщик производственных и служебных помещений (2125), повар (1935), водитель, каменщик, бетонщик и т. д. [2].

3. Избыточное предложение рабочей силы наблюдается среди таких профессий как бухгалтер и экономист.

Это ситуация объясняется тем, что стратегическим направлением развития рынка труда Свердловской области является содействие процессам формирования в регионе транспортно-логистической системы, а соответственно и ее кадровой обеспеченности.

Развитие делового туризма и отдыха, отвечающего мировым требованиям, повышение обеспеченности гостиничными услугами на территории области. В ближайшем будущем ожидается повышенный спрос на специалистов сферы услуг.

Стремительно повышается технический уровень сетевых ресурсов, улучшается их информационное наполнение и система телекоммуникационных сетей. Ожидается повышение спроса на специалистов ИТ-технологий.

Энергосистема Свердловской области является одной из крупнейших в стране. Масштабная реконструкция генерирующего оборудования электрических станций Свердловской области позволит значительно снизить удельные расходы на производство электрической энергии. Данная отрасль также будет нуждаться в квалифицированных специалистах.

На рынке труда Свердловской области создалась чрезвычайно сложная ситуация с женской занятостью: традиционно среди выпускников учебных заведений, особенно вузов, женщины составляют значительную долю, при этом

работодатели отдают явное предпочтение при приеме на работу мужчинам. С целью решения проблемы занятости населения в Свердловской области возникли теоретические и прикладные задачи по количественному и качественному сопоставлению востребованных рынком труда профессий и специальностей, по которым ведется подготовка специалистов в учебных заведениях.

Список литературы:

1. Кошкина С.Н. Занятость и трудовая мобильность в торговле в современных условиях // Вестник Томского государственного университета. 2008. — № 310
2. Профессиональное образование в Свердловской области, 2011: статистический сборник./ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. Екатеринбург, 2012 г. — 104 с.

ВСЕ ЛИ МЫ ЗНАЕМ ОБ ИПОТЕЧНОМ КРЕДИТЕ?

Винокурова Анастасия Александровна

*студент математического факультета
филиала федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего профессионального образования
«Омский государственный педагогический университет»,
г. Тара
E-mail: a.vinokurova1@yandex.ru*

Бахмат Наталья Владимировна

*научный руководитель старший преподаватель кафедры математики
и экономики математического факультета
филиала федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего профессионального образования
«Омский государственный педагогический университет»,
г. Тара
E-mail: nwbachmat@mail.ru*

Ипотечное кредитование — одно из приоритетных направлений развития банковского дела для любой страны. При этом ипотечный кредит является наиболее выгодным для обычных граждан — потребителей. Существующий разрыв между доходами населения и ценами на жильё, делает почти невозможным приобретение собственной недвижимости без применения займа. В этом случае можно прибегнуть к оформлению ипотечного кредита. Ипотека позволяет приобрести жильё сейчас, а его стоимость выплачивать кредитору постепенно. Но, увы, о возможностях ипотечного кредита знают далеко не все. Как показали результаты опроса Национального агентства по финансовым исследованиям (НАФИ) в 2008 году, доля тех, кто ничего не знает об ипотеке составляет 15 %, при этом только 46 % респондентов четко представляют себе, что такое ипотека [13, с. 31]

Рассмотрим особенности ипотечного кредита подробнее. Для начала стоит выявить суть понятий «ипотека», «ипотечный кредит» и «ипотечное кредитование».

Слово «ипотека» впервые было употреблено в законодательстве Солона в VI в. до н. э. и обозначало столб, который ставился на земле имени,

где отмечались долги собственника земли [4, с. 136; 9, с. 6]. С развитием товарно-денежных отношений термин «ипотека» приобрел иное значение. Проанализируем какие определения даются термину ипотека в различных источниках.

Белоглазова Г.Н. определила, что: «Ипотека — это одна из форм имущественного обеспечения обязательства должника, при которой недвижимое имущество остается в собственности последнего, а кредитор в случае невыполнения должником своего обязательства приобретает право на получение удовлетворения за счет реализации данного имущества» [3, с. 136].

В учебнике под редакцией М.В. Романовского ипотека выступает как разновидность залога, когда ссуда выдается под залог земли и недвижимого имущества [12, с. 340].

Афоница А.В. дала следующее определение: «Ипотека представляет собой вид залога, при котором заложенное имущество (им являются объекты недвижимости, как правило, это земля и строения на ней) остается во владении залогодателя до наступления срока платежа» [1, с. 9—10].

По мнению Грудцыной Л.Ю. и Козловой М.Н. ипотека представляет собой залог недвижимости для обеспечения денежного требования кредитора-залогодержателя к должнику (залогодателю) [5, с. 10].

Костерина Т.М. определила, что ипотека (от греч. *hypothēke* — залог, заклад) — это залог недвижимости (земли, основных фондов, зданий, жилья) с целью получения ссуды [8, с. 35].

Барщевский М.Ю. считает, что: «Ипотека — вид залога, где предметом выступает недвижимое имущество, а залогодержатель, являющийся кредитором по обязательству, обеспеченному ипотекой, имеет преимущественное право на удовлетворение своих денежных требований к должнику из стоимости заложенного недвижимого имущества другой стороны — залогодателя» [2, с. 415].

Проведем сравнительный анализ подходов различных авторов к определению термина «ипотечный кредит».

Белоглазова Г.Н. считает, что ипотечный кредит — это кредит, обеспеченный залогом недвижимого имущества [4, с. 136].

По мнению Грудцыной Л.Ю. и Козловой М.Н. ипотечный кредит — это кредит, обеспеченный определенной недвижимой собственностью [5, с. 12].

Разумова И.А. дает следующее определение: «Ипотечный кредит — это кредит, обязательство, возвращение которого обеспечено залогом недвижимого имущества (ипотекой)» [9, с. 13].

Жарковская Е.П. считает, что ипотечный кредит — денежные средства, предоставляемые банком клиенту займы под залог недвижимости [6, с. 279].

Ипотечный кредит, по мнению Свиридова О.Ю., — кредит, выдаваемый на приобретение или строительство жилья, либо покупку земли [10, с. 233].

Аналогичным образом сравниваем определения «ипотечное кредитование».

Грудцына Л.Ю. и Козлова М.Н. определили, что ипотечное кредитование — это предоставление кредита под залог недвижимого имущества [5, с. 12].

По мнению Разумовой И.А., ипотечное кредитование — это целостный механизм реализации отношений, возникающих по поводу выдачи, продажи и обслуживания ипотечных кредитов [9, с. 13].

Таким образом, можно сделать вывод, что ипотека — это залог недвижимого имущества, как обеспечения денежного обязательства заемщика перед кредитором, при этом заемщик продолжает владеть заложенным имуществом. Под ипотечным кредитом понимаются те денежные средства, которые были предоставлены кредитором заемщику под залог недвижимого имущества. Всю систему отношений по поводу ипотеки и ипотечного кредита можно определить как ипотечное кредитование.

В свою очередь ипотечный кредит имеет свою классификацию. Можно выделить несколько видов ипотечного кредита в зависимости от различных признаков (см. рис. 1).

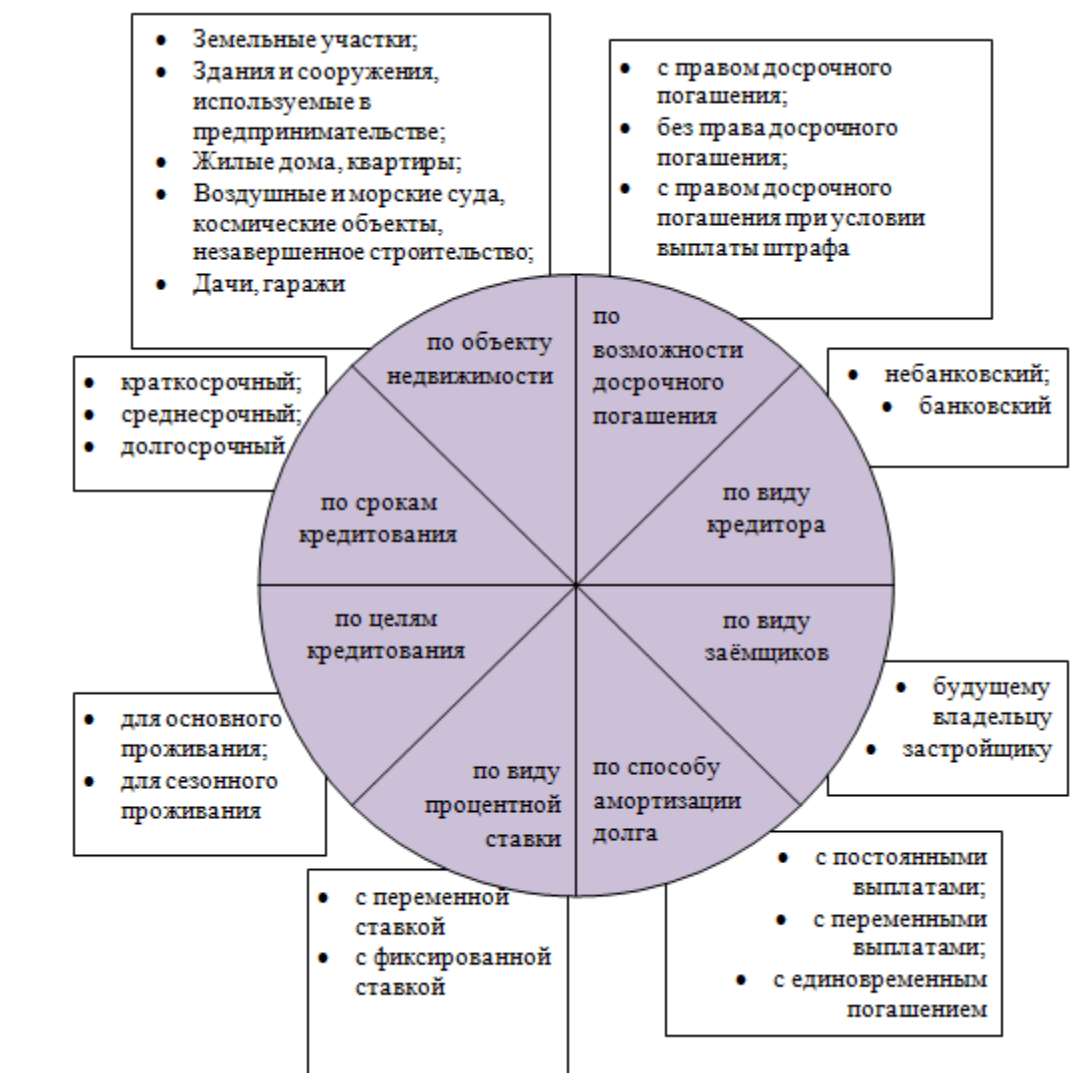


Рисунок 1 Виды ипотечного кредита*

**Рисунок составлен автором*

на основе анализа источников [5, с. 11—12; 9, с. 14—16]

Основными субъектами системы ипотечного кредитования являются:

1. Заёмщик (залогодатель) — лицо, берущее заём и предоставляющее своё имущество в залог;
2. Кредитор (залогодержатель) — лицо, дающее заём под залог имущества (чаще всего банк);

3. Посредник — лицо, занимающееся продажей закладных, тем самым привлекая средства в сферу жилищного кредитования для выдачи будущих кредитов;

4. Инвестор — лицо, занимающееся покупкой закладных, обеспечивая при этом надежность своих вкладов.

Объектом системы ипотечного кредитования являются правоотношения, возникающие между субъектами по поводу оформления и купли-продажи закладной.

Согласно Федеральному закону Российской Федерации «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 16 июля 1998 года под закладной понимаются ценная бумага, обеспеченная ипотекой и устанавливающая права залогодержателя по договору об ипотеке [11].

Предметом договора об ипотеке является недвижимое имущество. В Федеральном законе Российской Федерации «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 16 июля 1998 года указано, что может быть заложено следующее недвижимое имущество [11]:

1. Земельные участки, за исключением земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, части земельного участка, площадь которой меньше минимального размера, установленного нормативными актами субъектов Российской Федерации и нормативными актами органов местного самоуправления для земель различного целевого назначения и разрешенного использования;

2. Предприятия, а также здания, сооружения и иное недвижимое имущество, используемое в предпринимательской деятельности;

3. Жилые дома, квартиры и части жилых домов и квартир, состоящие из одной или нескольких изолированных комнат;

4. Дачи, садовые дома, гаражи и другие строения потребительского назначения;

5. Воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания и космические объекты.

На рынке ипотечного капитала обеспечиваются различные виды взаимоотношений в системе ипотечного кредитования. Под рынком ипотечного капитала понимается часть финансового рынка, на котором перераспределяются заемный капитал, обеспеченный залогом недвижимости [9, с. 53]. Рынок ипотечного капитала имеет двухуровневую структуру (см. рис. 2).

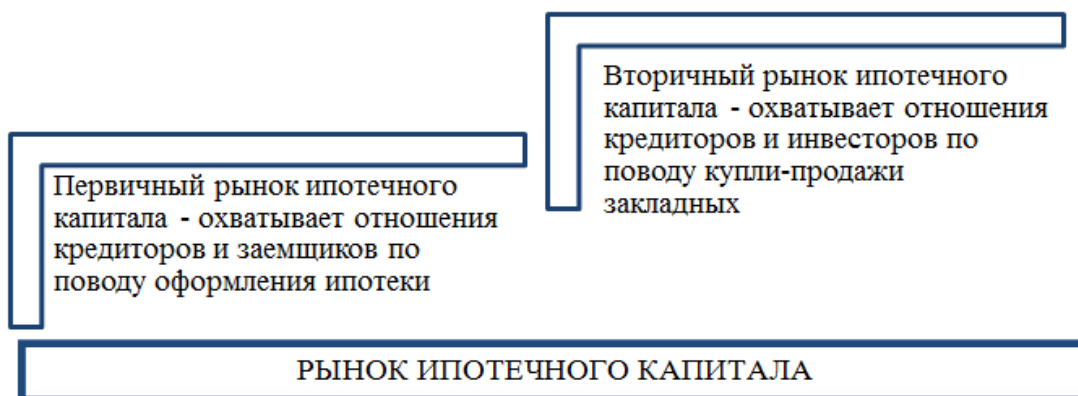


Рисунок 2. Структура рынка ипотечного капитала *

***Рисунок составлен автором на основе анализа источников [5, 7, 9]**

Система ипотечного кредитования в каждой стране исторически складывалась по-разному и поэтому имеет свои отличительные особенности. Выделяются две основные модели ипотечного кредитования [5, 7, 9]: классическая американская и немецкая.

Классическая (двухуровневая) американская модель характеризуется тем, что на первом этапе происходит выдача банком кредита под залог недвижимого имущества. Так как ипотека выдается на длительный срок, кредитор уменьшает свои активы, и поэтому продает закладные специализированной организации, которая выпускает ценные бумаги — облигации, обеспеченные закладными.

В немецкой (одноуровневой) модели ценные бумаги, которые обеспечены и выданным кредитом, и заложенной недвижимостью, выпускает сам кредитор.

К основным особенностям ипотеки И.А. Разумова [9, с. 12] отнесла следующие:

- ипотека — способ обеспечения кредитного обязательства;
- в качестве предмета ипотеки выступает недвижимое имущество;

- недвижимость остается во владении заемщика;
- оформление закладной, как договора об ипотеке;
- возможность получения дополнительной ипотеки;
- получение кредитором недвижимости при неисполнении заемщиком обязательства.

По мнению Т.Н. Костериной [8, с. 35—36], особенности ипотечного кредитования состоят в следующем:

- ипотека — залог имущества, связанного с землей (земельный участок или объекты недвижимости);
- долгосрочность ипотеки;
- заложенное имущество остается во владении должника;
- может быть заложено только имущество, принадлежащее залогодателю;
- договор ипотеки — закладная, оформляется на основе залогового права;
- развитие ипотечного кредитования зависит от развития рынка недвижимости.

Таким образом, можно выделить основные наиболее значимые особенности ипотечного кредитования, это:

1. Ипотека осуществляется под залог недвижимого имущества;
2. Недвижимое имущество, заложенное по ипотеке, остается у владельца;
3. Обязательность оформления закладной как договора о залоге недвижимости.

В заключении важно отметить, что увеличение финансовой грамотности населения приведет к росту числа оформивших ипотеку, а, следовательно, к значительному улучшению благосостояния и качества жизни обычных граждан.

Список литературы:

1. Афонина А.В. Ипотека: Как правильно оформить? Как просчитать все риски? М.: Эксмо, 2011. — 160 с.
2. Барщевский М.Ю. Пенсии, льготы, недвижимость, наследование, проблемы ЖКХ. Полный юридический справочник М.: АСТ: Астрель, 2011. — 608 с.
3. Белоглазова Г.Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка: учебник для бакалавров Белоглазовой. М.: Юрайт, 2012. — 432 с.
4. Белоглазова Г.Н. Деньги. Кредит. Банки: Учебник. М.: Высшее образование, 2009. — 392 с.
5. Грудцына Л.Ю., Козлова М.Н. Ипотека. Кредит. Комментарий жилищного законодательства М.: Эксмо, 2006. — 368 с.
6. Жарковская Е.П. Банковское дело: учебное пособие. — 2-е изд., испр. и доп. М.: Омега-Л, 2004. — 440 с.
7. Ипотечное кредитование: теория и практика / Под ред. В.Н. Киданова. М.: Издательский дом «Финансы и Кредит», 2007. — 168 с.
8. Костерина Т.М. Кредитная политика и кредитные риски М.: МФПА, 2005. — 104 с.
9. Разумова И.А. Ипотечное кредитование: учебное пособие. СПб.: Питер, 2005. — 208 с.
10. Свиридов О.Ю. Финансы, денежное обращение, кредит. Ростов-н/Д.: Феникс, 2005. — 288 с.
11. Федеральный закон Российской Федерации от 16 июля 1998 года № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)».
12. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской. М.: Юрайт-Издат, 2006. — 543 с.
13. Хуснетдинова Л.М. Понятие и сущность ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации // Семейное и жилищное право. — 2011. — № 6. — С. 31—36.

ОЦЕНКА ОРГАНИЗАЦИИ ДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТНО-СМЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Вишнякова Дарья Александровна

*студент 4 курса, кафедра Экономика, организация и управления
на предприятиях БИТТУ,
г. Балаково
E-mail: darja.jack@yandex.ru*

Кочеваткина Элина Фаритовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент БИТТУ,
г. Балаково*

В современной рыночной экономике вопросы качества и временного интервала формирования проектно-сметной документации приобретают особую значимость. Это связано с тем, что формирование, согласование и утверждение проектно-сметной документации являются обязательными процедурами, сопровождающими производство всех видов строительной продукции и их производству: строительство новых, реконструкцию, расширение и техническое перевооружение эксплуатируемых зданий и сооружений; выполнение ремонтных и пусконаладочных работ; техническое диагностирование и техническое освидетельствование объектов.

Качество, своевременность и полнота проектно-сметной документации обеспечивают корректность калькуляции себестоимости производства строительной продукции и определение оптимальных сроков проведения строительно-ремонтных работ. Именно эти положения обуславливают актуальность оценки организации движения проектно-сметной документации на предприятии.

Сущность термина «проектно-сметная документация» в современном деловой общении трактуется двояко. С одной стороны, проектно-сметная документация представляет собой совокупность расчетных и финансовых документов и чертежей, выступающих в качестве технико-экономического обоснования строительства нового или реконструкции существующего здания, сооружения, технического устройства и т. д. С другой, проектно-сметная

документация является четким планом последовательных действий по проведению строительно-монтажных ремонтных и прочих работ.

Учитывая тесное переплетение технико-экономических, информационных и производственно-строительных составляющих данного термина, представляется целесообразным понимать под проектно-сметной документацией, законодательно установленный перечень определенных документов, аргументирующих целесообразность и реализуемость соответствующего рассматриваемой документации проекта, раскрывающих суть концепции предстоящего строительства (реконструкции, капитального ремонта) и представляющих собой информационную основу и, одновременно, детализированную инструкцию по осуществлению запланированных строительных (реконструкционных, ремонтных) работ [6].

Несмотря на общие требования, законодательно установленные ГК РФ [2], к составу и содержанию разделов проектно-сметной документации, организация движения проектно-сметной документации определяется целями ее формирования и вида объекта, в отношении которого она разрабатывается.

Законодательное регулирование, требования прозрачности и достоверности определения стоимости строительно-монтажных, ремонтных, пусконаладочных и проч. работ, социально-экономическая значимость результатов вызывает необходимость применения методов и инструментов контроля, позволяющих получить объективную оценку качества проектно-сметной документации на уровне предприятий.

Проблемы оценки качества проектно-сметной документации возникают в связи со значительным разнообразием факторов, влияющих на состав и содержание разделов проектно-сметной документации. Например, проектно-сметная документация объектов использования атомной энергии, опасных производственных объектов, определяемых в соответствии с законодательством РФ, особо опасных, технически сложных, уникальных объектов, объектов обороны и безопасности также должна содержать перечень мероприятий по гражданской обороне, мероприятий по предупреждению

чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, мероприятий по противодействию терроризму [1].

Тем не менее, на сегодняшний день существует несколько принципиальных подходов к оценке проектно-сметной документации. Подходы к анализу движения документов приведены в табл. 1, для создания которой использованы материалы исследования Коровиной Л.В. [5].

Таблица 1.

Методические подходы к оценке движения проектно-сметной документации

Подход/ Исследователи	Суть подхода	Примечания
Графический анализ документооборота / Садовников В.И., Эпштейн П.Л., Кудряев В.А., Кибанов А.Я., Родкина Т.А., Фионова Л.Р.	Отслеживание маршрута движения документации от момента создания до сдачи в архив	Наглядное графическое представление информации позволяет визуально оценить маршрут движения документов. Не учитывается информационная ценность документа, правильность его оформления
Графическая методология структурного анализа SADT/ Дэвид А. Марка, Клемент МакГоуэн [4]	Модель движения документов в рамках отдельных бизнес-процессов	Носит описательный характер сложившегося движения документации и существующих бизнес-процессов. Отсутствует возможность оптимизации документооборота
Алгоритмизированный анализ документооборота предприятия/ Старовойтов М.К., Фомин П.А. [7, с. 66—68]	Выявление «проблемных» участков документооборота и оптимизация движения документов согласно рациональной организации труда	Систематизация процесса создания, обработки и использования информации, фиксируемой во внутрифирменных документах. Не определены индикаторы эффективности документных связей между структурными подразделениями предприятия
Организационный анализ / Сиганова Т.В. [3, с. 54—56]	Изучение организационного аспекта управления движением документов с целью определения сложившегося на предприятии типа делопроизводства	Оценка рациональности движения документов, распределения обязанностей между руководителями и взаимосвязей разных уровней управления и производства. Не описан механизм осуществления анализа, отсутствует взаимосвязь используемых критериев с параметрами эффективности деятельности предприятия

Как видим, каждый из предлагаемых к использованию подходов имеет свои сильные и слабые способы. В связи с этим на практике необходимо использовать их симбиоз, совмещая приемы и методы, дающие возможность получить максимально точную и полную информацию о качестве и проблемах движения проектно-сметной документации на предприятии.

Информационной базой оценки движения проектно-сметной документации выступило предприятие «Балаковоатомэнергоремонт», которое осуществляет деятельность в качестве филиала ОАО «Атомэнергоремонт» с 2008 г. Данное предприятие осуществляет в установленном законодательством РФ порядке подготовку и проведение всех видов ремонта (капитального, среднего, текущего), модернизации (реконструкции) оборудования и трубопроводов первого и второго контуров АЭС с использованием всех методов контроля и способов сварки, включая обследование, диагностику, ревизию, входной, эксплуатационный неразрушающий контроль, наплавку, резку, механо-обработку систем, важных для безопасности АЭС.

Несмотря на отраслевую специфику производственно-хозяйственной деятельности, организация процесса движения проектно-сметной документации «Балаковоатомэнергоремонт» имеет достаточно типовую схему, которая наглядно представлена на рис. 1.

В «Балаковоатомэнергоремонт» процессы разработкой и подготовкой проектно-сметной документации осуществляет проектно-договорной отдел. Основной целью деятельности данного отдела является обеспечение внедрения мероприятий и прогрессивных методов работы на стадиях проектирования с целью сокращения стоимости и цикла проводимых работ с учетом требований технической эстетики.

Отдел является самостоятельным структурным подразделением организации, который возглавляет начальник проектно-договорного отдела. Руководством предприятия на него возложены обязанности по организации и контролю за процессами формирования, согласования и утверждения проектно-сметной документации. Он несет ответственность за качество,

правильное определение сметной стоимости ремонтных работ, своевременную разработку и комплектность, которую содержит проектно-сметная документация.

Отдел полностью укомплектован квалифицированными специалистами, которые осуществляют составление проектно-сметной документации для оформления договоров подряда на электромонтажные, общестроительные и ремонтно-эксплуатационные работы. Виды и объем работ, выполняемые специалистами отдела, закрепляются рядом внутрифирменных документов, в частности должностными инструкциями и Положением об проектно-договорном отделе.

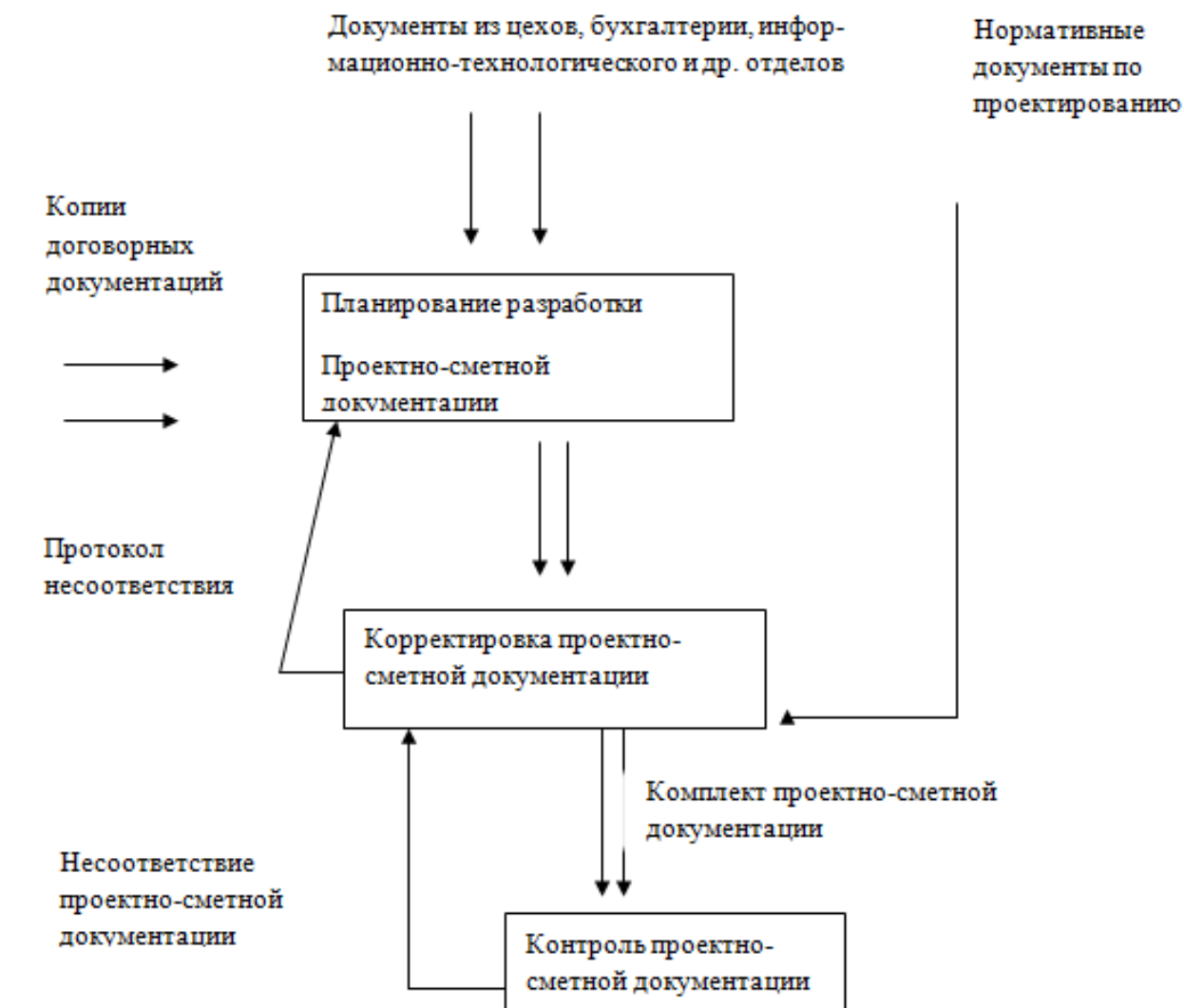


Рисунок 1. Схема движения проектно-сметной документации на предприятии, осуществляющее подготовку и проведение ремонта, модернизации (реконструкции) оборудования и трубопроводов

Сложность, законодательное регулирование и повышенные требования к качеству проектно-сметной документации обусловили дополнительные контрольные процедуры, которые имеют определенные формы, которые присущи каждому этапу движения проектно-сметной документации (табл. 2).

Таблица 2.

Формы контроля движения проектно-сметной документации на предприятии

Этап движения проектно-сметной документации	Краткое описание	Контрольные процедуры
1. Формирование информационной базы для составления документации	Поступление документов из цехов, бухгалтерии и др. отделов на печатных носителях или в электронном виде в локальную сеть	<ul style="list-style-type: none"> – проверка соответствия документов нормативам, отслеживание соблюдения сроков и периодичности поступления исходных документов – регистрация поступления документов
2. Обработка исходной документации	Выполнение служебных текущих операций по обработке данных: сортировка и разнесение данных, приведение ее в сопоставимый вид для целей формирования документации	<ul style="list-style-type: none"> – проверка полноты, соответствия и арифметической точности исходной информации – сравнение показателей, полученных из разных источников информации – выявление недочетов, несоответствия утвержденным плановым заданиям
3. Подготовка проектно-сметной документации	Разработка и формирование пакета документов, состоящих из технических и расчетно-сметных документов в текстовой форме, рабочих чертежей и спецификации оборудования	<ul style="list-style-type: none"> – контроль за соблюдением сроков подготовки пакета документов – назначение ответственных за исполнение отдельных поручений и готовность форм документов – регистрация всех поставленных на контроль документов и указаний руководства – при необходимости — направление документации доработку и корректировку
4. Согласование и утверждение проектно-сметной документации	Передача проектно-сметной документации на подпись вышестоящему руководству и заказчику	<ul style="list-style-type: none"> – проверка доведения документа до руководства и заказчика в срок – регистрация данных о маршруте движения портфеля документов от исполнителя заказчику
5. Хранение	Осуществление мероприятий, включающих рациональное размещение документов, контроль за их физическим состоянием и сохранностью	<ul style="list-style-type: none"> – внесение данных об исполнении документов (снятие документа с контроля) – соблюдение правил хранения информации – обеспечение физической сохранности – контроль доступа с целью предотвращения несанкционированного проникновения

Как видим, процесс движения документации, сложившийся в «Балаково-атомэнергоремонт», имеют четкую регламентацию и последовательный алгоритм исполнения. Так, создание портфеля проектно-сметной документации позволяет осуществить дополнительный контроль исходной информации, поступающей от других подразделений предприятия.

В процессе формирования, утверждения и согласования проектно-сметной документации происходит проверка ее соответствия законодательно установленным нормам, стандартам и технических регламентам, а также принятым внутрифирменным нормативам.

В то же время, существует ряд недоработок, которые вызывают необходимость совершенствования процесса движения проектно-сметной документации. Наиболее существенным недостатком является отсутствие эффективной системы электронного документооборота, что вызывает достаточно серьезные проблемы в обеспечении рационального (по срокам, видам и формам контроля) движения проектно-сметной документации. Так, осуществление контроля за исполнением работ по ведению проектно-сметной документации происходит в ручном режиме, что не позволяет полностью соблюдать требования в части сроков создания документов, формирования напоминаний исполнителям, а также обуславливает значительную трудоемкость при подготовке сводных отчетов об исполнении контрольных документов и увеличивает срок проверки проектно-сметной документации на соответствие нормативно-правовой базе.

Также негативно влияет на качество движения проектно-сметной документации несвоевременное внесение во внутреннюю электронную базу информации о текущем состоянии и степени готовности портфеля проектно-сметной документации. Эти недостатки приводят к увеличению трудоемкости работ и удорожанию затрат на формирование, согласование и утверждение проектно-сметной документации.

Анализ проблем отечественных предприятий в области организации движения проектно-сметной документации свидетельствует о том, что описанные выше недостатки присущи большинству из них.

Таким образом, внедрение на предприятии системы электронного документооборота является целесообразным способом совершенствования движения проектно-сметной документации, обеспечивающей оптимизацию сроков и затрат на ее подготовку, согласование и утверждение.

Список литературы:

1. Градостроительный кодекс Российской Федерации: [Принят Гос. Думой 22.12.2004, с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.09.2013] — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.consultant.ru/popular/gskrf/> (дата обращения 02.10.2013).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть вторая: [Принят Гос. Думой 22.12.1995, с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.09.2013] — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.consultant.ru/popular/gskrf/> (дата обращения 02.10.2013).
3. Делопроизводство и документооборот: Учебное пособие (для студентов экономического факультета) / Сост. Т.В. Сиганова. Омск: Омск. гос. ун-т, 2004. — 71 с.
4. Дэвид А. Марка, Клемент МакГоуэн. Методология структурного анализа и проектирования SADT — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.pqm-online.com/assets/files/lib/marka.pdf (дата обращения 04.10.2013).
5. Коровина Л.В. Анализ методов оценки состояния документооборота организации//Современные проблемы науки и образования— 2013. — № 4 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.science-education.ru/110-9783 (дата обращения: 04.10.2013).
6. Проектно-сметная документация. Определение, назначение и предметный состав проекта строительства здания/сооружения. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.potolok-stroy.ru/projektno_smjtnaja_dokumjencija/ (дата обращения 01.10.2013).
7. Старовойтов М.К., Фомин П.А. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием. М.: Высшая школа, 2002. — 267 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАТРАТНОГО МЕТОДА ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА КОРПОРАТИВНОМ УРОВНЕ

Галимова Алина Альбертовна

Потеряхина Татьяна Павловна

*студенты 3 курса института экономики и финансов, К(П)ФУ,
г. Казань
E-mail: lesika_92@mail.ru*

Рудалева Ирина Анатольевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент К(П)ФУ,
г. Казань*

Развитие экономики и общества, попытка перехода к инновационному витку развития требует большего внимания к интеллектуальной составляющей трудовых ресурсов. В настоящее время от большинства работников требуется не столько наличие физиологических данных, сколько квалификация, возможность обучения, в целом можно отметить, что необходим качественный человеческий капитал.

Понятие человеческого капитала и его теории возникло во второй половине XX века как ответ экономической науки на вызовы времени, впервые понятие человеческого капитала было использовано в трудах Теодора Шульца, развитием теории человеческого капитала занимался Гэри Беккер, который обосновал эффективность вложений в человеческий капитал и сформулировал экономический подход к человеческому поведению.

Целесообразно выделить понятие человеческого капитала на трех уровнях: с точки зрения отдельно взятого индивидуума, на уровне компании и на уровне государства. Некоторые исследователи определяют понятие человеческого капитала на уровне всего мира, однако подобный масштаб необходим, в первую очередь, для анализа изменений в динамике, что не затрагивается в нашей работе.

Под индивидуальным человеческим капиталом будем подразумевать накопленный запас знаний, профессиональных навыков, позволяющие

человеку получать дополнительные доходы и другие блага по сравнению с человеком, который не имеет подобных знаний и навыков.

Корпоративным человеческим капиталом будем считать накопленный фирмой специальный и особенный по сравнению с конкурентами индивидуальный человеческий капитал, ноу-хау, интеллектуальный капитал и особенные управленческие и иные интеллектуальные технологии, в том числе программное обеспечение и результаты научно-исследовательских работ, повышающие конкурентоспособность компании. Из данного определения следует, что корпоративный человеческий капитал больше совокупности индивидуальных человеческих капиталом ее сотрудников.

Под термином национальный человеческий капитал будем учитывать часть трудовых ресурсов, накопленные конкурентоспособные и высокопроизводительные знания, результаты инновационной деятельности, интеллектуальный капитал и инновационные технологии во всех сферах жизнедеятельности и экономики, а также качество жизни, обеспечивающие в совокупности конкурентоспособность национальной экономики в современных условиях. Данное определение подразумевает, что национальный человеческий капитал можно учитывать как совокупность корпоративного человеческого капитала с добавлением синергетического эффекта, достигаемого за счет деятельности государства (качество жизни, уровень экономической свободы, налогообложение и другие) [1, с. 17].

Большинство методологических подходов к расчету стоимостного выражения человеческого капитала применимы к понятиям индивидуального и национального человеческого капитала. Так, Дж. Кендрик предложил затратный метод расчета стоимости человеческого капитала: на основе статистических данных рассчитывать накопление инвестиций в человеческий капитал. Подобная методика позволяет оценить человеческий капитал только при наличии статистических данных, что можно использовать в оценке индивидуального человеческого капитала. Однако на национальном уровне подобный метод оценки был удобен только для США и европейских стран,

где имеются обширные и достоверные статистические данные. Дж. Кендрик выделял следующие составляющие инвестиций в человеческий капитал: затраты семьи и общества на воспитание детей до достижения ими трудоспособного возраста и получения определенной специальности, на переподготовку, повышение квалификации, здравоохранение, на миграцию рабочей силы и другие. В накопления он также включил вложения в жилищное хозяйство, бытовые товары длительного пользования, запасы товаров в семьях, затраты на научные исследования и разработки [2, с. 35].

Метод Дж. Кендрика позволяет оценивать накопления человеческого капитала по его полной «восстановительной стоимости», но не дает возможности расчета «чистой стоимости» человеческого капитала (за вычетом «износа»).

Использование затратного метода оценки стоимостного выражения человеческого капитала на корпоративном уровне позволяет оценить разницу между корпоративным человеческим капиталом и совокупностью индивидуального человеческого капитала сотрудников компании (фактически, это затраты на обучение и повышение квалификации персонала), что можно определить как синергетический эффект объединения сотрудников в рамках одной компании.

В рамках нашей работы проведем анализ возможных путей применения затратного метода оценки человеческого капитала на корпоративном уровне. Выделим инвестиции в человеческий капитал отдельно из совокупных расходов компании:

$$P = Ичк + З/п + Рп, \quad (1)$$

где: P — совокупные расходы компании;

Ичк — инвестиции в человеческий капитал;

З/п — заработная плата всех сотрудников компании;

R_p — расходы на обеспечение производственного процесса (покупка оборудования, расходы на материальное обеспечение производственного процесса и другие).

В данной формуле условно можно приравнять заработную плату сотрудников компании к сумме индивидуального человеческого капитала всех сотрудников компании. При этом необходимо допущение, что увеличение заработной платы происходит тогда и только тогда, когда увеличивается индивидуальный человеческий капитал отдельно взятого сотрудника (или усредненного показателя по всем сотрудникам, при увеличении заработной платы у всех сотрудников).

Тогда эффект от увеличения инвестиций в человеческий капитал можно представить следующей формулой:

$$\mathcal{E}(\text{Ичк}) = \Delta\Pi/\Delta\text{Ичк} + 1, \quad (2)$$

где: $\mathcal{E}(\text{Ичк})$ — эффективность дополнительных инвестиций в человеческий капитал;

$\Delta\Pi$ — прирост финансового результата компании;

$\Delta\text{Ичк}$ — величина дополнительных инвестиций в человеческий капитал.

Данная формула подразумевает, что заработная плата, а значит и индивидуальный человеческий капитал сотрудников, и расходы на обеспечение производственного процесса неизменны. Однако подобный идеальный случай недостижим в действительности.

Более того, инвестиции в человеческий капитал компании приводят к изменению индивидуального человеческого капитала сотрудников, соответственно постепенно происходит и увеличение заработной платы. В данном случае можно считать, что увеличение человеческого капитала происходит непрерывно, а увеличение заработной платы — дискретно.

Тогда, до момента изменения заработной платы сотрудников, формула (2) применима, однако при значительном изменении индивидуального

человеческого капитала в связи с увеличением инвестиций в человеческий капитал, формула (2) принимает следующий вид:

$$\varepsilon(\text{Ичк}) = (\Delta\P - \Delta\text{З}/\pi) / \Delta\text{Ичк} + 1, \quad (2)$$

где: $\Delta\text{З}/\pi$ — увеличение заработной платы.

При этом считается, что увеличение индивидуального человеческого капитала произошло за счет увеличения инвестиций в человеческий капитал (то есть сотрудники самостоятельно не занимались увеличением своего человеческого капитала, что несколько искажает действительность).

При этом если изменению подвержены все составляющие расходов, то изменение финансового результата можно описать следующей формулой:

$$\Delta\P = \varepsilon(\text{Ичк}) * \Delta\text{Ичк} + \varepsilon(\text{З}/\pi) * \Delta\text{З}/\pi + \varepsilon(\text{Рп}) * \Delta\text{Рп} - \Delta\text{Ичк} - \Delta\text{З}/\pi - \Delta\text{Рп},$$

При этом необходимо подразумевать, что показатели эффективности будут различными для различных компаний, соответственно, необходимо их определение путем математических вычислений. Предполагая неизменность показателей эффективности, строится система линейных уравнений на основании последовательных трех точек исследования:

$$\begin{aligned} \Pi_1 &= \varepsilon_{\text{Ичк}} \times \text{Ичк}_1 + \varepsilon_{\text{З}/\pi} \times \text{З}/\pi_1 + \varepsilon_{\text{Рп}} \times \text{Рп}_1 \\ \Pi_2 &= \varepsilon_{\text{Ичк}} \times \text{Ичк}_2 + \varepsilon_{\text{З}/\pi} \times \text{З}/\pi_2 + \varepsilon_{\text{Рп}} \times \text{Рп}_2 \\ \Pi_3 &= \varepsilon_{\text{Ичк}} \times \text{Ичк}_3 + \varepsilon_{\text{З}/\pi} \times \text{З}/\pi_3 + \varepsilon_{\text{Рп}} \times \text{Рп}_3 \end{aligned}$$

При решении данной системы уравнения соответственно можно получить значение эффективности инвестиций в человеческий капитал. В случае, если полученное значение больше 2, то наблюдается большая отдача от инвестиций в человеческий капитал и необходимо увеличение; при нахождении значения в промежутке от 1 до 2, то инвестиции в человеческий капитал оптимальны,

их увеличение должно быть пропорционально росту компании; при значении ниже 1 необходимо полностью пересмотреть инвестиции в человеческий капитал с целью увеличения их эффективности.

Таким образом, применение затратного подхода в оценке корпоративного человеческого капитала может быть эффективно при наличии статистических данных. Апробация данного подхода в различных компаниях позволит найти более четкое описание методики с выявлением общих закономерностей.

Список литературы:

1. Ильина Н.Е. Научные подходы к понятию человеческого капитала // Вестник-Экономист. — 2011. — № 2 (электронный научный журнал).
2. Корчагин Ю.А. Российский человеческий капитал: фактор развития или деградация?: Монография. Воронеж: ЦИРЭ. 2005.
3. Корицкий А.В. Человеческий капитал как фактор экономического роста регионов России: монография / науч. ред. Т.В. Григорова; Сибирский университет потребительской кооперации. Новосибирск, 2010.
4. Романтеев П.В. Аналитический обзор методик оценки человеческого капитала // Экономика, предпринимательство и право. — 2012. — 02.

УЛУЧШЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРОИЗВОДСТВЕ

Грызлова Яна Юрьевна

*студент 5 курса, кафедра управления качеством
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»,*

г. Саранск

E-mail: janagryzlova@rambler.ru

Бирюкова Людмила Ивановна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»,*

г. Саранск

В последнее время все большую актуальность приобретает такая экономическая проблема как качество продукции, которое определяет высокие темпы научно-технического прогресса и рост эффективности производства в целом. Это оказывает существенное влияние на интенсификацию экономики, конкурентоспособность отечественных товаров и жизненный уровень населения. Поэтому повышение качества выпускаемой продукции следует расценивать как решающее условие её конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках [4, с. 28; 5, с. 25].

Состав и сущность систем качества регламентируется рядом международных и отечественных стандартов по управлению качеством продукции. Наличие таких систем у изготовителей продукции является для потребителей гарантией того, что им будет поставлена продукция требуемого качества в полном соответствии с договорами (контрактами) [1, с. 34].

Проблема заключается в том, что сегодня большинство крупных организаций имеют российский или международный сертификат соответствия системы менеджмента качества (СМК) требованиям стандарта ИСО 9001. Существенная часть организаций уже прошла повторную сертификацию и поддерживает сертификат более трех лет. Можно говорить, что период становления системы, ее внедрения в целом завершен. Также, согласно требованиям стандарта ИСО 9000 в организациях, внедривших СМК, должно

происходить постоянное улучшения продукции, процессов, системы менеджмент качества в целом. Однако, такие улучшения часто носят не системный характер [2, с. 8].

Цель работы — исследование системы менеджмента качества и путей ее улучшения в ОАО «Орбита».

В соответствии с поставленной целью были определены задачи исследования:

1. проведение анализа имеющейся на предприятии системы менеджмента качества;

2. разработка путей ее совершенствования на основе применения системы всеобщего ухода за оборудованием.

Объект исследования — система менеджмента качества открытого акционерного общества «Орбита».

Предмет исследования — пути улучшения системы менеджмента качества ОАО «Орбита».

Результаты исследования. Наиболее важной задачей руководство ОАО «Орбита» считает поставку на рынок продукцию высшего качества и привлечение новых покупателей. В ОАО «Орбита» гарантирует качество выпускаемых изделий потребителю Служба качества.

Проводимый нами ранее анализ система менеджмента качества ОАО «Орбита» показал, что она основана на принципах TQM, которые реализуются в деятельности руководителей всех уровней управления предприятием [3, с. 100].

В ходе исследования мы детально изучили эти принципы и дали им характеристику:

- а. ориентация на потребителя. Предприятие внедряет новые технологии, за счет чего происходит совершенствование производства и повышается качество выпускаемого электрооборудования;

- б. лидерство руководителя. Руководители ОАО «Орбита» обеспечивают единство цели и направления деятельности предприятия. Они создают

и поддерживают внутреннюю среду, в которой руководящий состав и другие категории работников полностью вовлечены в решение задач предприятия и его подразделений;

в. в организации практикуется активное вовлечение всего многочисленного персонала в деятельность предприятия;

г. в компании созданы все условия для повышения квалификационного и карьерного роста;

д. системный подход. В ОАО «Орбита» выявление, понимание и менеджмент взаимосвязанных процессов как системы содействуют результативности и эффективности предприятия при достижении его целей;

е. постоянное улучшение. Деятельность ОАО «Орбита» по постоянному улучшению направлена на повышение качества и конкурентоспособности продукции, удовлетворенности потребителей, работников и других заинтересованных сторон;

ж. принятие решений, основанных на фактах. Эффективные решения, принятые руководством и персоналом ОАО «Орбита» основываются на анализе конкретных данных и информации;

з. взаимовыгодные отношения с поставщиками и партнерами. Взаимовыгодные отношения предприятия с поставщиками ресурсов и партнерами в своей сфере повышают способность создавать дополнительные ценности для всех сторон.

С целью защиты потребителя от непреднамеренной поставки несоответствующей продукции, обеспечения результативности и эффективности СМК, для повышения удовлетворенности потребителей (заказчика), определения областей для улучшения результативности процессов (СМК в целом), повышения качества продукции, обеспечения результативности СМК и ее постоянного улучшения на ОАО «Орбита» выделяют следующие процессы:

- анализ системы менеджмента качества со стороны руководства;
- анализ данных и постоянное улучшение.

Постоянное совершенствование предполагает использование в организации определенной совокупности действий в качестве механизма, который обеспечивает непрерывность функций поддержания и совершенствования производственной системы. В качестве механизма было предложено выбрать систему всеобщего ухода за оборудованием (TPM), как одного из инструментов бережливого производства. Особенность методики TPM состоит в том, что на ее основе возможна плавная и плановая трансформация существующей системы обслуживания в более совершенную. При введении TPM на предприятии вводятся четкие правила работы. Путь внедрения TPM удобно представить в виде ряда этапов:

1. оперативный ремонт неисправностей;
2. обслуживание на основе прогнозов;
3. корректирующее обслуживание;
4. автономное обслуживание;
5. непрерывное улучшение.

На каждом из приведенных этапов преследуются определенные цели: эффективность использования оборудования; создание комплексной системы предотвращения потерь; привлечение сотрудников всех отделов компании, связанных с эксплуатацией и обслуживанием оборудования; участие каждого сотрудника компании — от высокого руководства до простого рабочего; привлечение бригад рабочих к деятельности по достижению «минимума дефектов».

Несмотря на то, что в основе TPM лежат достаточно простые идеи, ее освоение требует немалых усилий и времени, поскольку внедрение системы TPM предполагает коренное изменение как мировоззрения и психологии отдельного работника, так и отношений между сотрудниками предприятий. Более того, при применении этой системы требуются определенные обязательства со стороны руководства предприятия. Поэтому реализация процесса развертывания системы TPM на предприятии должна начинаться с самого важного и ответственного шага — формирования рабочей группы,

или команды. Она должна отвечать за планирование деятельности и контроль результатов проведения намеченных мероприятий.

Таким образом, при внедрении ТРМ необходимо, во-первых, разработать план мероприятий развертывания ТРМ; во-вторых, изменить стереотипы поведения работников предприятия; в-третьих, ввести обучение рабочих без отрыва от производства.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод что, действующая в ОАО «Орбита» система менеджмента качества постоянно поддерживается, развивается и совершенствуется. Благодаря этому предприятие является признанным лидером в производстве полупроводниковых выпрямительных блоков и регуляторов напряжения для всех типов генераторов отечественных автомобилей.

Список литературы:

1. Горячев В.В. Разработка системы менеджмента качества в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 90001 — 2008 и ГОСТ РВ 15.002 — 2003 // Методы менеджмента качества. — 2011. — № 9. — С. 34—41.
2. ГОСТ Р ИСО 9001 — 2008 Система менеджмента качества. Требования.
3. Грызлова Я.Ю., Филиппова И.В. Развитие системы менеджмента качества на производстве: сб. статей II международной студенческой заочной науч.-практ. конференции «Научное сообщество XXI века». Новосибирск: НП «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. — С. 100—104.
4. Ключков Ю.С. Управление процессами системы менеджмента качества с учетом требований потребителей // Компетентность. — 2011. — № 2. — С. 28—33.
5. Мишин В.М. Управление качеством как основа обеспечения конкурентоспособности промышленной продукции: учебник. М.: Международный фонд «Знание», 2005. — 290 с.

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ЧЕРЕЗ НАКОПИТЕЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ

Еремеева Людмила Юрьевна
студент СтГАУ,
г. Старополь
E-mail: EremeevaLudmila@list.ru

Клишина Юлия Евгеньевна
научный руководитель, канд. экон. наук СтГАУ,
г. Ставрополь

В настоящее время в практике России управление персоналом, безусловно и абсолютно, главенствуют методы экономического стимулирования и мотивирования.

В большинстве случаев, когда работник проявляет желание для смены текущего места работы, причиной его решения, в том или ином случае, является материальное обеспечение. По данным опросов специальных агентств, достаточная доля респондентов, участвующих в опросе, открыто назвали причиной при смене места работы не удовлетворяющий их уровень оплаты труда (20—30 % опрошенных). На увольнение из-за отсутствия перспектив карьерного роста приходится 30—40 % ухода. Более того, по опросам того же агентства, на решение о смене места работы также сильное влияние оказывает отсутствие или наличие социальных пакетов и включение стоимости проезда от дома до места работы (это еще 5—10 % опрошенных) [1].

Следовательно, можно уверенно говорить, что в настоящее время материальная составляющая практически в 80—90 % случаев является определяющей ролью в стимулировании персонала, снижении текучести кадров и привлечении новых.

Кроме того следует отметить, что в данной статье взяты в расчет работники «среднего класса», которые составляют основной «скелет» организации, так как стимулирование профессиональных работников ТОР-класса, обычно, достаточно индивидуализировано.

Также, при среднем уровне оплаты труда, удержание работников (среди которых есть и достаточно квалифицированные) с помощью предоставления социального пакета, оплаты стажировок и прочего, становится достаточно сложно, так как данные условия предоставляет множество организаций. Достаточно новым для российской практики инструментом стимулирования работников можно представить программы накопительного страхования жизни, сверх стандартного социального пакета.

На сегодняшний день накопительное страхование не входит в большинство программ, так как это элемент незначимый, но обеспечение в течение долгого времени пенсионного сохранения большинства россиян на довольно низком уровне, что дает возможность предположить, как в зарубежной практике, что накопительное страхование может стать важной деталью в мотивировании.

Безусловно, перед тем как использовать какой-нибудь метод мотивирования нужно знать, что он из себя представляет.

Накопительное страхование жизни — это договор страхования на определенное имя, который, по существу, представляет собой систему накопительных страховых взносов, которые позволяют целенаправленно сохранять и приумножать свои средства.

На практике она осуществляется таким способом: заключается договор со страховой компанией на срок от пяти до двадцати пяти лет. По условиям договора, страхователь на определенный период времени берет на себя обязанность каждый год выплачивать заранее определенные страховые взносы, а страховщик берет на себя обязанность хранить и приумножать выплаты страхователя. Вдобавок, выплата взносов, уплачиваемых ежегодно, это прямая обязанность страхователя [2].

Накопительное страхование необходимо отличать от других видов страхования, которые называют рисковыми.

При рисковом виде страхования, страхователь выполняет единый взнос и в момент наступления страхового случая, который оговорен в договоре,

получает от страховщика большую разовую страховую выплату. В том случае, если страховое событие не наступило, до окончания срока действия договора, то страховой взнос, который был уплачен, остается в страховой компании, а страхователю для продления или заключения нового договора, нужно сделать новый взнос.

Если говорить о накопительном страховании, взносы страхователя собираются на его личном счете. Собранные деньги, страховщик вкладывает в разные инструменты, каждый год, начисляя определенный процент на накопленную сумму. В случае смерти застрахованного лица или приобретения им инвалидности, страховщик обязуется внести страховые взносы, которые остались, а страховая сумма перейдет наследникам, но только в случае окончания действия страхового полиса.

При этом по полисам накопительного страхования страховщик дает гарантию по сохранности средств и небольшой процент увеличения средств, в районе 4—5 %, который не зависит от результатов инвестиционной деятельности, также дополнительный доход, в размере 8—15 %, который зависит от результатов инвестиционной деятельности. Когда заканчивается страховой договор, перед страхователем стоит выбор, либо получить от страховой компании, застраховавшей его, полную сумму накопленных им страховых средств, либо получать их в виде ежемесячных платежей, как неплохую добавку к пенсии.

Следовательно, можно сказать, полис накопительного страхования — это определенное долгосрочное инвестиционное орудие. Впрочем, ни каким образом нельзя его ровнять с другими финансовыми орудиями, с банковскими депозитами, паями, акциями, облигациями.

Главная задача накопительного страхования жизни — это не предоставление дохода, а главным образом финансовой защиты человека и его семьи, которая направлена на удержание того же уровня жизни получателя страховых выплат. Это самый консервативный инструмент инвестирования, дающий небольшую доходность и гарантирующий сохранность средств, на равнее с тем,

как обладатели паев хотя и получают хороший доход, но также получают и большие потери. При всем при этом получение дохода по полисам накопительного страхования, обычно больше, чем по депозитам. Так же этот вид страхования не облагается налогами на прибыль, подоходным налогом, налогом на наследство [4].

Следовательно, основной явный минус накопительного страхования — это то, сто длинный период времени нужно выполнять ежемесячные страховые взносы, вне зависимости от заработка. Более того, вложения «замораживаются» до окончания срока действия полиса, их нельзя обналечить как депозит.

Плюсы накопительного страхования: накопленные средства полностью сохраняются с увеличением дохода на сумму процентов ежегодно, обычно, выше уровня инфляции и не облагаются налогами [3].

Кроме этого, платеж за полиса накопительного страхования — это не только очень дорогое вложение (по мнению россиян со средним доходом), но это и требует выполнения платежей на протяжении достаточно длительного периода времени. Эта причина будет дополнительным мотивом, который выступит для удержания работника в организации. Чем меньше останется срок действия полиса, тем меньше трудящийся будет хотеть уйти с работы, при других равных условиях (несущественно различающаяся заработная плата, социальный пакет, условия работы, место работы и прочее).

Если говорить о вариантах использования метода мотивирования, то их масса: полис накопительного страхования можно рекомендовать, как отдельным слоям работников, в удержании которых заинтересована организация, а для этого накопительное страхование, которое рассчитано на очень длительный период, подходит в совершенстве, так и при стимулировании отдельных лиц; так же он может выступать в качестве, определенного поощрения (награды), с условием приобретения работником определенного статуса в организации, например параметров производительности. Эти требования, которым должен отвечать работник, не должны быть очень

трудно достигаемыми, потому что это может повлечь за собой потерю накопительным страхованием как методом стимулирования своей силы.

На потенциальных работников, которые серьезно задумываются о накопительном страховании в будущем, это станет достаточно сильным стимулирующей причиной при устройстве на работу.

В общем, накопительное страхование кажется достаточно интересным методом мотивирования. Использование его грамотным путем, при определенных равных условиях, даст возможность устранить проблемы при привлечении и текучести кадров, хотя бы тех, в которых организация заинтересована.

Список литературы:

1. Доходность ПИФов // 2stocks. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.2stocks.ru/main/invest/pif/pifservices/pifs_return
2. Накопительное страхование жизни // Стратегии роста благосостояния. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.myrouble.ru/nakopitelnoe-strahovanie-zhizni/>
3. Пять ошибок «детских денег» // Про деньги. Стань с деньгами на «ты»! [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://prodengi.kz/publikacii/pyat_oshibok_detskih_deneg
4. Рубрика — 'Страхование' // Путь к богатству. Блог о том, как достичь финансовой независимости и перестать работать за деньги. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.myrichway.ru/category/tools/strahovanie/>

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Ефремова Елена Алексеевна
студент 4 курса, кафедры ММиМЭ ОГУ,
г. Оренбург
E-mail: elena6.9@mail.ru

Раменская Алина Владимировна
научный руководитель, ассистент кафедры ММиМЭ, ОГУ,
г. Оренбург

Одним из приоритетных направлений деятельности большинства коммерческих банков являются потребительские кредиты. В условиях рыночной экономики кредитование физических лиц является социально значимым финансовым инструментом. Одна из главных функций банка это посредничество в кредите. Оно осуществляется путем перераспределения денежных средств, которые в процессе кругооборота фондов предприятий и денежных доходов частных лиц временно высвобождаются.

В России рынок потребительского кредита активно развивается. Возрастает его роль в увеличении спроса, что приводит к развитию экономики страны в целом. Стабильность экономики, рост реальных располагаемых доходов населения способствовали повышению уровня жизни населения. Такая ситуация привела к развитию рынка кредитования физических лиц: потребительских кредитов, автокредитования, ипотечного кредитования, образовательного кредитования, кредитования при помощи пластиковых карт.

Актуальным является выявление факторов, влияющих на величину кредита и прогнозирование объема предоставляемых физическим лицам кредитов.

Цель исследования: моделирование и прогнозирование величины предоставляемых физическим лицам кредитов.

Объектом исследования являются коммерческие банки Оренбургской области.

Предметом исследования являются методы и модели анализа объема кредитов, предоставляемых физическим лицам.

Информационная база — количественное выражение показателей динамики величины предоставляемых населению кредитов по Оренбургской области за 2008—2013 годы; количественное выражение показателей социально-экономического развития Оренбургской области за 2008—2013 годы.

Проведем предварительный анализ ряда динамики величины кредитов, предоставляемых физическим лицам. На рисунке 1 представлена динамика величины кредитов, предоставляемых физическим.

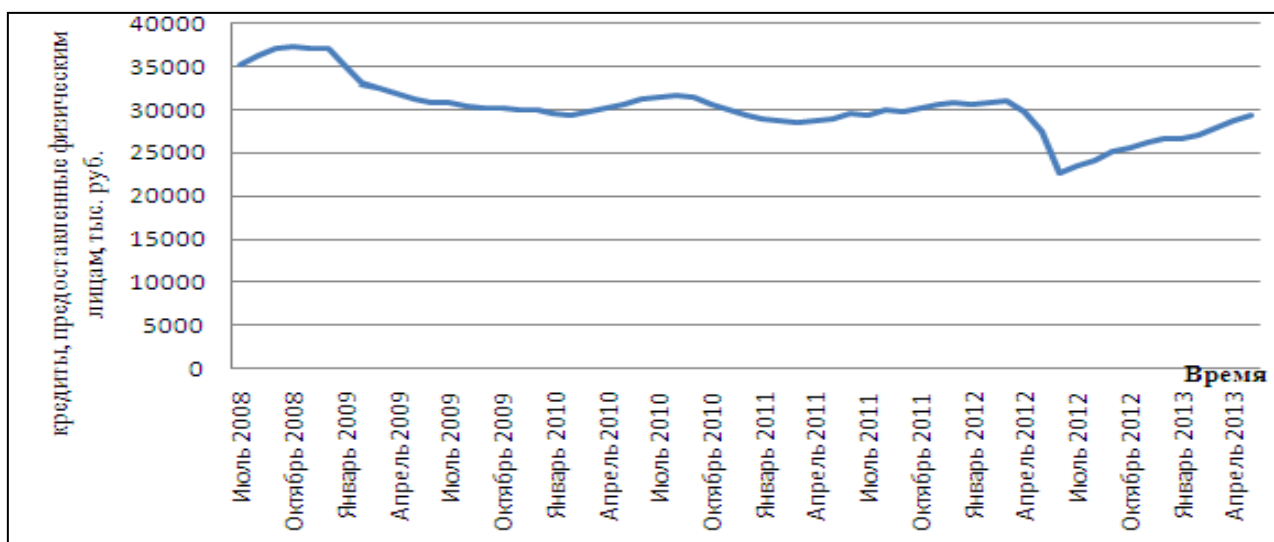


Рисунок 1. Динамика величины кредитов, предоставленных физическим лицам, тыс. руб.

Согласно рисунку 1 максимальное значение величины кредитов, предоставленных физическим лицам, наблюдалось в сентябре 2008 года, а минимальное — в июне 2012 года.

Анализируя рисунок, можно заметить убывание величины кредитов, предоставляемых физическим лицам, к концу исследуемого периода и предположить наличие тренда. Под трендом понимается общая устойчивая долговременная тенденция. Причинами возникновения тренда являются

технологические изменения, социально-экономические явления, политические события и т. д. [3, с. 223]

Выдвинем гипотезы:

$$H_0 : My_t = const \text{ (тренда нет)}$$

$$H_1 : My_t \neq const \text{ (тренд есть)}$$

Проверка гипотезы была проведена с помощью трех непараметрических методов. В итоге, по трем критериям были получены следующие результаты (таблица 1).

Таблица 1.

Результаты проверки гипотезы о наличии тренда

Критерий	Результат
Восходящих и нисходящих серий	Есть тренд
Основанный на медиане выборки	Есть тренд
Основанный на ранговой корреляции	Есть тренд

На основании таблицы 1 делаем вывод о том, что в ряду величины кредитов, предоставленных физическим лицам, присутствует тренд. Потому при проверке ряда на наличие сезонности нужно предварительно тренд устранить. Воспользуемся аналитическим подходом к выделению тренда и оценим регрессию на время — t , тогда очищенным от тренда рядом будут выступать остатки от данной регрессии [3, с. 234].

Введем обозначения: «величина кредитов, предоставляемых физическим лицам» — y , t — время, d_t — фиктивная переменная.

Анализируя рисунок 1, можно заметить резкое снижение объема предоставленных физическим лицам кредитов весной 2012 года. Это связано с кризисом ликвидности, с которым российские банки столкнулись в конце апреля 2012 года. Менее чем за три недели ставки на межбанковском рынке подскочили с 4,41 % до 6,32 %. В связи с этим Банк России был вынужден осуществить финансовые вливания. Одновременно с этим остаток средств

коммерческих банков на депозитных счетах в Центробанке сократился в 5 раз — с 368,7 млрд. 10 апреля до 61,5 млрд. рублей в конце того же месяца, что также свидетельствует о нехватке свободных денежных средств. Все это привело к ужесточению коммерческими банками условий банковского кредитования (повышение процентных ставок, сокращение сроков кредитования, повышение требований к обеспечению и финансовому положению заемщика). Доля банков, ужесточивших условия банковского кредитования, с 23,3 % в I квартале 2012 года увеличилась до 33,3 % во II квартале 2012 года. Вследствие этого доступность кредитов населения снизилась [4].

В связи с этим введем фиктивную переменную (1):

$$d_t = \begin{cases} 1, & t \leq 5.2012 \text{ г.} \\ 0, & t > 5.2012 \text{ г.} \end{cases} \quad (1)$$

С помощью ППП Statistica были получены оценки линейного (\hat{y}_1), параболического (\hat{y}_2), степенного (\hat{y}_3), гиперболического (\hat{y}_4) и логарифмического (\hat{y}_5) уравнений регрессии.

$$\hat{y}_1 = \underset{\langle 23,7 \rangle}{34481,98} - \underset{\langle 5,18 \rangle}{143,08} t, \quad \hat{R}^2 = 0,609 \quad (2)$$

$$\hat{y}_2 = \underset{\langle 63,25 \rangle}{30069,16} - \underset{\langle 6,19 \rangle}{536,33} t + \underset{\langle 0,91 \rangle}{8,61} t^2 + \underset{\langle 814,19 \rangle}{7486,33} d_t, \quad \hat{R}^2 = 0,862 \quad (3)$$

$$\hat{y}_3 = \underset{\langle 0,031 \rangle}{34200,65} \cdot t^{-0,068} e^{0,11d}, \quad \hat{R}^2 = 0,743 \quad (4)$$

$$\hat{y}_4 = \underset{\langle 65,98 \rangle}{25943,06} + \underset{\langle 783,08 \rangle}{9621,10} \cdot \frac{1}{t} + \underset{\langle 647,24 \rangle}{4376,02} d_t, \quad \hat{R}^2 = 0,627 \quad (5)$$

$$\hat{y}_5 = \underset{\langle 0,031 \rangle}{35075,7} - \underset{\langle 66,35 \rangle}{2250,62} \cdot \ln t + \underset{\langle 266,35 \rangle}{2702,73} d_t, \quad \hat{R}^2 = 0,751 \quad (6)$$

Проверим качество полученных моделей и выберем наилучшую с помощью информативных критериев Акаике и Шварца.

Таблица 2.

Информативные критерии Акаике и Шварца

Тип функции регрессии	\hat{R}^2	AIC	BIC	Средняя ошибка аппроксимации, %
Линейная	0,609	15,19	15,22	5,45
Параболическая	0,862	14,18	14,25	2,97
Степенная	0,743	14,74	14,77	4,31
Гиперболическая	0,627	15,14	15,18	4,57
Логарифмическая	0,751	14,74	14,77	4,29

Таким образом, наилучшей является параболическая модель (3). Распределение регрессионных остатков не отличается от нормального, остатки некоррелированы.

Гипотезу об отсутствии сезонности в очищенных от трендового влияния ряде проверили с помощью критерия Краскала-Уоллиса и непараметрического критерия пиков и ям. На уровне значимости 0,05 можем сделать вывод об отсутствии влияния сезонности на величину кредитов, предоставленных физическим лицам.

Таким образом, оценив тренд и установив отсутствие влияния сезонности на величину потребительских кредитов, можем построить прогнозные значения на 2013—2014 годы для величины кредитов, предоставляемых физическим лицам. Для расчета прогнозных значений воспользуемся формулой (3). Представим исходные данные вместе с прогнозом графически (рисунок 2).

Согласно рисунку 2 к декабрю 2013 года величина кредитов, предоставляемых физическим лицам, может возрасти до 32176,54 тыс. руб., а к концу 2014 года может достигнуть 40618,66 тыс. руб.

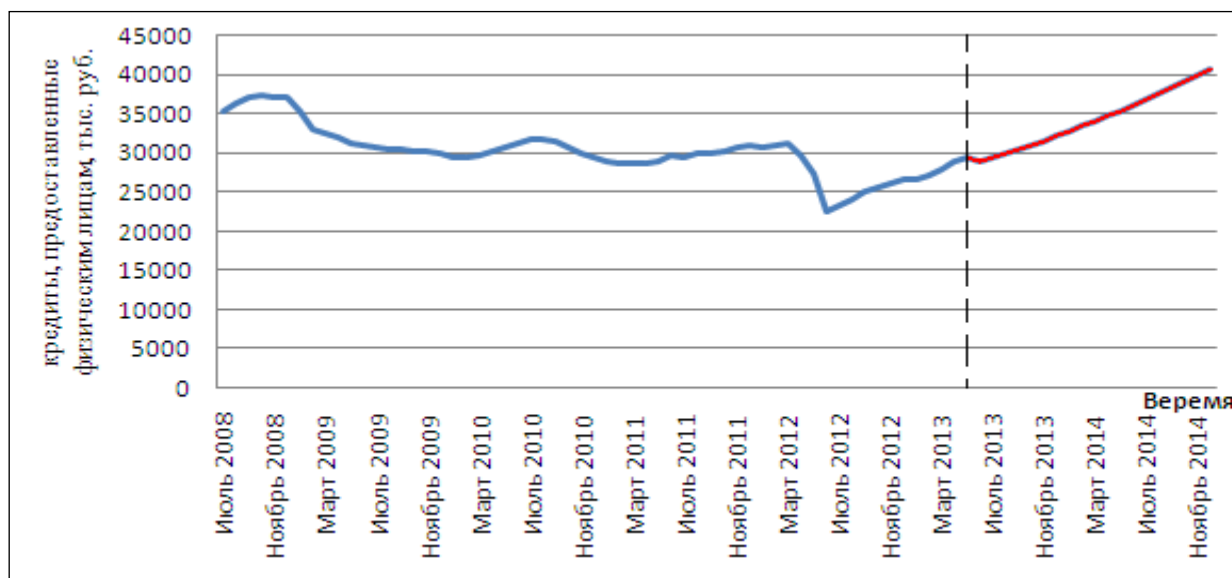


Рисунок 2. Прогноз величины кредитов, предоставляемых физическим лицам, на второе полугодие 2013 года и на 2014 год

Далее проведем анализ влияния показателей социально-экономического развития Оренбургской области на объем кредитов, предоставляемых физическим лицам.

Из содержательного анализа были отобраны следующие социально-экономические факторы, оказывающие влияние на величину кредитов, предоставляемых физическим лицам:

x_1 — инвестиции в основной капитал, млн.руб.;

x_2 — продукция сельского хозяйства, млн.руб.;

x_3 — объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство», млн.руб.;

x_4 — грузооборот предприятий транспорта, млн. т-км;

x_5 — оборот розничной торговли, млн. руб.

Для исследования связи между изучаемыми показателями, представленными нестационарными временными рядами, будем использовать методы нетрадиционного корреляционного анализа [5, с. 229].

Чтобы судить о наличии положительной или отрицательной корреляции в момент t , рассчитаем значения модифицированного коэффициента корреляции по формуле (7). Результаты расчетов приведены в таблице 3.

$$r_{\text{mod}} = \frac{\sum_{t=2}^T \Delta x_{1t} \Delta x_{2t}}{\sum_{t=2}^T |\Delta x_{1t} \Delta x_{2t}|}, \quad (7)$$

где $\Delta x_{it} = x_{it} - x_{it-1}$, $i = 1, 2$.

Таблица 3.

Модифицированные коэффициенты корреляции

Показатели	y	x ₁	x ₂	x ₃	x ₄	x ₅
y — кредиты, предоставляемые физическим лицам	1	-0,064	0,431	0,172	0,320	0,230
x ₁ — Инвестиции в основной капитал	-0,064	1	0,289	0,247	0,250	0,296
x ₂ — Продукция сельского хозяйства	0,431	0,289	1	0,873	0,079	0,917
x ₃ — Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство»	0,172	0,247	0,873	1	-0,474	0,920
x ₄ — Грузооборот предприятий транспорта	0,320	0,250	0,079	-0,474	1	0,337
x ₅ — Оборот розничной торговли	0,230	0,296	0,917	0,920	0,337	1

Таким образом, существует положительная связь средней силы между кредитами, предоставляемыми физическим лицам, и продукцией сельского хозяйства. Между инвестициями в основной капитал и кредитами, предоставляемыми физическим лицам, существует слабая отрицательная связь. Слабая положительная связь наблюдается между оборотом розничной торговли, объемом работ, выполненных по виду деятельности «Строительство», и грузооборотом предприятий транспорта с одной стороны и кредитами, предоставляемыми физическим лицам, с другой.

Рассчитаем модифицированные коэффициенты корреляции для рядов с запаздыванием: коэффициенты корреляции между кредитами, предоставляемыми физическим лицам, и взятыми с лагом 1 социально-экономическими факторами (x₁, x₂, x₃, x₄, x₅). Результаты приведены в таблице 4.

Из результатов, представленных в таблице 4, можно сделать следующие выводы. С появлением лага связь между кредитами, предоставляемыми физическим лицам, и показателями x₁ (инвестиции в основной капитал),

x_3 (объем работ, выполненных по виду деятельности "Строительство"), x_4 (грузооборот предприятий транспорта) и x_5 (оборот розничной торговли) уменьшилась. Связь между кредитами, предоставляемыми физическим лицам, и продукцией сельского хозяйства в предыдущем месяце отсутствует.

Таблица 4.

Модифицированные коэффициенты корреляции (лаг 1)

Показатели	у — кредиты, предоставляемые физическим лицам
x_1 — Инвестиции в основной капитал	-0,114
x_2 — Продукция сельского хозяйства	0,071
x_3 — Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство»	0,013
x_4 — Грузооборот предприятий транспорта	0,171
x_5 — Оборот розничной торговли	-0,027

Инвестиции в основной капитал осуществляются в форме капитальных вложений и включают в себя затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий. Источники финансирования инвестиций — собственные (нераспределенная прибыль) и привлеченные средства (кредиты банков, займы юридических лиц). В роли инвесторов выступают юридические лица, государство и международные организации, в меньшей мере граждане Российской Федерации. Этим и обосновывается слабая связь между инвестициями в основной капитал и кредитами, предоставляемыми физическим лицам. А ее отрицательное направление характеризуется тем, что «потребительские» инвестиции граждан (покупка бытовой техники, автомобилей, недвижимости и т. д.) часто относят к капитальным вложениям, однако такие инвестиции не приводят к росту капитала и получению прибыли [2, с. 22].

Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство», напрямую связан с инвестициями в основной капитал. Поэтому, как и в случае с инвестициями в основной капитал, между кредитами, предоставленными физическим лицам, и объемом работ, выполненных по виду деятельности «Строительство», существует слабая связь.

Около 88 % всей площади Оренбургской области занимают сельскохозяйственные угодья. В настоящее время осуществляется государственная поддержка сельскохозяйственным товаропроизводителям в соответствии с Областным законом от 24.12.2012 № 1009-3С «Об областном бюджете на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов». Согласно планам по ресурсному обеспечению Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия более 40 % выделяемых средств объема заложенного финансирования составляют расходы на субсидирование процентов по кредитам. Помимо предприятий, осуществляющих производство сельскохозяйственной продукции, к сельскохозяйственным товаропроизводителям относятся граждане, ведущие личное подсобное хозяйство. В связи с этим между кредитами, предоставляемыми физическим лицам, и продукцией сельского хозяйства существует положительная связь средней силы.

Предприятия и организации автомобильного транспорта принимают к перевозке грузы на основании утвержденных в установленном порядке планов и в меньшей мере внеплановые грузы разового характера: мелкие отправки, грузы, предъявляемые населением и т. п. Население пользуется услугами транспортных предприятий при строительстве домов, переезде, для улучшения жилищных условий (ремонт, покупка бытовой техники и т. п.). Поэтому между кредитами, предоставленными физическим лицам, и грузооборотом предприятий транспорта существует слабая положительная связь.

Оборот розничной торговли представляет собой продажу потребительских товаров населению. Бурное развитие розничной торговли напрямую способствует росту потребительского кредитования. Этим и объясняется положительная связь между оборотом розничной торговли и кредитами, предоставляемыми физическим лицам.

Таким образом, в данной работе была построена модель и прогноз величины кредитов, предоставляемых физическим лицам, на второе полугодие 2013 года и на 2014 год, к концу 2014 года величина кредитов может возрасти

до 40618,66 тыс. руб. Проанализировано влияние показателей социально-экономического развития Оренбургской области на объем кредитов, предоставляемых физическим лицам. Значимое влияние на величину кредитов, предоставляемых физическим лицам, оказывают объем продукция сельского хозяйства и грузооборот предприятий транспорта.

Список литературы:

1. Айвазян С.А. Прикладная статистика и основы эконометрики: учебник для ВУЗов / С.А. Айвазян, В.С. Мхитарян. М.: ЮНИТИ, 1998. — 1022 с.
2. Вахрин П.И. Инвестиции: Учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2005.
3. Елисеева И.И. Эконометрика: учебник / И.И. Елисеева, С.В. Курышева, Т.В. Костеева и др. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2008. — 576 с.
4. Жуковский В.А. Портал Newsland — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://newsland.com/news/detail/id/952656/> (дата обращения 25.09.2013).
5. Лукашин Ю.П. Адаптивные методы краткосрочного прогнозирования временных рядов: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2003. — 416 с.
6. Реннер А.Г. Математические методы моделирования социально-экономических процессов (региональный аспект) / А.Г. Реннер, О.И. Бантикова, О.С. Бравичева, О.И. Стебунова, Л.М. Туктамышева Самара: СамНЦ РАН, 2008. — 182 с.

ОФФШОРЫ — УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Забурская Алена Вадимовна

*студент 3 курса, кафедра экономика в строительстве ИУБПЭ СФУ,
г. Красноярск
E-mail: zaburskaya@mail.ru*

Пабст Алена Владимировна

*студент 3 курса, кафедра экономика в строительстве ИУБПЭ СФУ,
г. Красноярск
E-mail: pabstalena@mail.ru*

Бутакова Нина Михайловна

*научный руководитель, канд.экон.наук, доцент ИУБПЭ СФУ,
г. Красноярск*

Мы выбрали данную тему и считаем ее актуальной, так как Россия из-за использования услуг оффшорных зон несет значительные налоговые убытки. Экономика России теряет значительные финансовые ресурсы, уходящие в оффшорные банки.

Цель работы: анализ преимуществ и недостатков применения оффшорных зон в России, а также предложение рекомендаций по выводу экономики России из «оффшорной тени».

В марте 2013 года была опубликована статья депутата Госдумы фракции КПРФ С.И. Штогрин и аналитика С.П. Сурова «Оффшоры — угроза национальной безопасности России». В ней говорится о том, что если закрыть все оффшорные зоны, то бюджет нашей страны увеличится вдвое, и можно будет удвоить расходы на здравоохранение, образование, науку, культуру, оборону. По экспертной оценке под иностранной юрисдикцией находится 95 % крупной российской собственности. Специалисты профильного управления МВД подсчитали, что через оффшорные счета из России было перечислено более 5 трлн. рублей за последние полтора года. Это около 10 % ВВП [10].

Так что же такое оффшорные зоны?

Оффшоры в буквальном переводе с английского «вне берега» — это некая зарубежная зона. Фактически, оффшоры — это такой небольшой регион (юрисдикция) на территории отдельно взятой страны, в котором, во-первых, присутствуют относительно низкие налоги, а во-вторых, достаточно легко создать новую компанию. Оффшором также может быть целая страна — Багамы, Лихтенштейн и многие другие.

Родиной возникновения оффшоров можно считать Древнюю Грецию — после введения в Афинах налога на экспорт и импорт товаров, купцы решили торговать на соседних островах, где налогов не существовало вообще [8].

Родоначальницей современных оффшорных зон была Швейцария. На постсоветском пространстве оффшорные компании возникли в 1991 году — в Москве открылся офис швейцарской компании Riggs Walmet Group по оказанию услуг регистрации и юридического сопровождения отдельных российских компаний [5].

Часто наряду с понятием «оффшоры» используется понятие «оншоры». Первый «оффшорный» стереотип связан именно с путаницей в терминах, которые вводят как профессионалы оффшорного бизнеса, так и копирайтеры, а именно, что оффшор и оншор это одно и то же. Что же это такое? В чем их различие?

Оншор в переводе с английского «в пределах берега» — это финансовый центр в полноналоговой территории, не предоставляющий налоговые льготы, независимо ведет ли компания деятельность на данной территории или за ее границами. Это обычные компании в полноналоговых юрисдикциях. Оншорная компания в международном налоговом планировании применяется для избежания двойного налогообложения, придания большей солидности бизнесу и отстраненности от оффшорных зон.[5]

Другими словами, оншоры — территории, где действует не полное освобождение от налогов, а существуют налоговые льготы на определенных

условиях. Подобная компания, в отличие от оффшорной, уже обязана сдавать бухгалтерскую отчетность и проходить ежегодный аудит.

Можно отметить следующий факт: оффшор — это явление временное и проходящее. Если отслеживать отношения между странами, а также подписание договоров об избежании двойного налогообложения, можно предсказать, какой «оффшор» вскоре выйдет из списка оффшоров определенной страны. Так, например, то, что было когда-то оффшором для резидентов вашей страны, может перестать им быть, как Кипр для России (исключен из списка с 1 января 2013 года Приказом Минфина РФ от 21.08.2012 № 115н) [9].

«Выход из оффшорной зоны — несомненное благо для репутации острова. В прессе можно найти прямые или косвенные упоминания о том, что кипрские компании занимаются «отмыванием денег» и помогают скрывать налоги», газета «Вестник Кипра» [1].

Законно ли использование оффшоров?

Вариант этого вопроса — «использование оффшора нечестно и аморально, нужно платить налоги в стране, где ведешь бизнес». Этот вопрос затрагивает взаимоотношения бизнеса и государства. А эти взаимоотношения всегда двухсторонние.

Государство должно не только собирать налоги, но и заботиться о бизнесе, оказывать поддержку, создавать благоприятные условия. А если государство хочет только получать, постоянно придумывая что бы еще обложить налогом, и ничего не дает взамен, то у бизнесменов отношение к уплате налогов соответствующее.

Независимый эксперт по налогам, руководитель юридической фирмы «Пепеляев групп» Вадим Зарипов заявил о данной проблеме: «Действительно, необходимо защищать наших российских производителей. Однако использовать офшоры в своей деятельности в настоящее время очень опасно. Неизвестно, как завтра будут квалифицироваться те схемы, на которые сегодня

государство «закрывает» глаза и которые еще сегодня считаются законными» [3].

Таким образом, оффшорные предприятия находятся на границе закона. И поэтому существуют официальные и неофициальные расчеты. Это происходит следующим образом: руководителю любого российского предприятия и компании известны проблемы, с которыми ежедневно приходится сталкиваться при осуществлении коммерческой деятельности на территории РФ.

Проблема эта состоит в том, что как только на расчетный счет в российском банке поступает выручка, она сразу же подлежит налогообложению. Именно для минимизации налоговых платежей используется оффшорная компания. В зарубежном банке на определенную оффшорную компанию открывается банковский счет, который используется для расчетов с клиентами и партнерами.

При заключении контрактов с постоянными партнерами расчеты разделяются на две части: официальную и неофициальную (конфиденциальную).

Официальная часть состоит в проведении расчетов по заниженным ценам либо безналичным перечислением. Неофициальная — расчеты через оффшорный банковский счет.

Приведем пример оффшорной схемы. Так, например, оффшорная строительная схема заключается в трёхстороннем сотрудничестве заказчика, подрядчика и субподрядчика (рис. 1). В качестве заказчика строительных работ может выступать любая российская фирма. В качестве подрядчика, например, оффшорная компания в Белизе. А в качестве субподрядчика — опять российская компания, которая и будет, собственно говоря, выполнять строительные работы.

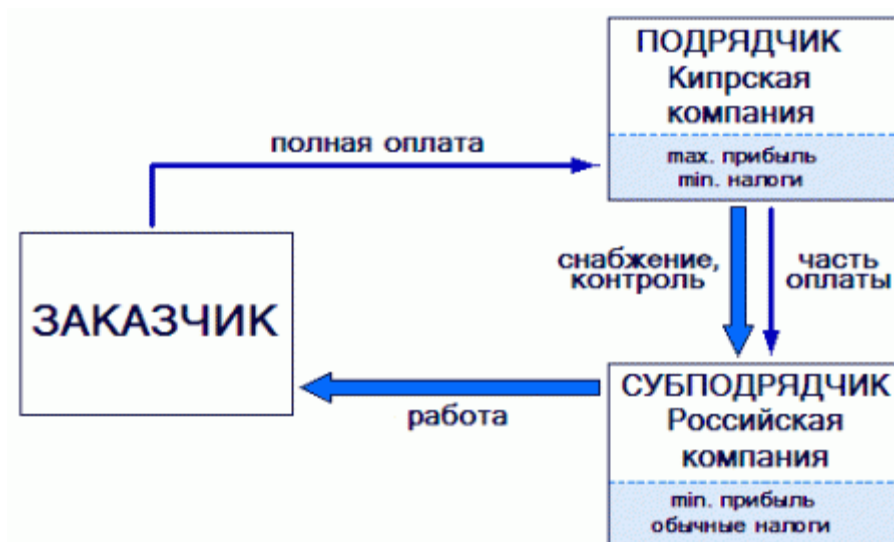


Рисунок 1 *Оффшорная строительная схема*

Действует оффшорная строительная схема следующим образом:

- заказчик «договаривается» с подрядчиком (оффшорной компанией) о строительстве и полностью оплачивает все строительные услуги;
- подрядчик находит субподрядчика, который занимается строительством;
- все деньги проходят через оффшор, а значит и основная прибыль тоже остаётся у оффшорной компании [11].

Что такая оффшорная строительная схема даёт? Конечно же, возможность планировать налоги путём их минимизации за счёт вывода денежных средств в оффшорную зону.

Классическая схема использования оффшоров для снижения налогов выглядит так: российская компания-производитель продает, например, нефть, металл, лес и т. д. фирме, зарегистрированной в оффшоре, по заниженной цене, а уже эта фирма реализует товар конечному потребителю по рыночной цене. Таким образом, основная прибыль от сделки оседает на счетах оффшора [7].

Также существуют страховые схемы для увода от налогообложения части прибыли. Для достижения данной цели создается оффшорная страховая компания. Через эту компанию страхуются риски, по которым заведомо не наступит страховое событие, и перечисляется часть прибыли на страховые премии.

Можно просто, создав оффшор, заключить с ним любой финансовый договор, как говорится, «на бумаге», взять у него фиктивный заем, и по условиям этого договора регулярно переводить ему реальные деньги.

Существуют и другие относительно честные способы отъема денег у России [6].

К преимуществам оффшорной деятельности можно отнести минимизацию налоговых затрат, конфиденциальность, закрытость коммерческой информации компании (во многих случаях владельцем компании числиться другой человек) и дополнительные возможности бизнес-деятельности (к ним можно отнести нетрадиционные формы ведения бизнеса, возможность кредитования у любых мировых банков, запрещенные или отсутствующие на российском рынке бизнес-возможности).

Что касается налогов, в России базовая ставка налога на прибыль — 20 %. Российское предприятие X имеет продукцию, продав которую можно получить прибыль 1 млн. руб. С этой суммы налог составит — 200 тыс. руб.

В то же время в оффшоре налоги низкие или совсем отсутствуют (Багамские острова).

X продает ту же продукцию оффшору-посреднику (собственник у него тот же, что и у предприятия) по заниженной цене с прибылью 200 тыс. руб. Оставшуюся прибыль (800 тыс. руб.) получит оффшор, перепродав товар. Налог уплачивается только с заработанных в России 200 тыс. руб. Всего 40 тыс. руб.

Итого: На налоге на прибыль предприятие сэкономило 160 тыс. руб. (200—40). Оффшорные схемы могут применяться для уклонения от НДС, налога на доходы физлиц, дивиденды, соцплатежей, уплаты различных акцизов и пошлин [2].

О секретности можно сказать следующее: в России о владельцах крупнейших предприятий можно узнать в годовых отчетах компаний. Тем временем, в оффшоре собственники компаний не раскрываются. Например, богатый россиянин, который не желает раскрывать себя,

афишировать своё имя по каким-либо причинам, регистрирует компанию в оффшоре. Далее эта компания покупает акции российского предприятия. Таким образом, бизнес оказывается защищен на случай преследования «собственника» властями, рейдерских атак и т. д.

Можно отметить следующие недостатки оффшорной деятельности:

- предвзятое отношение российских чиновников, что может привести к необходимости тратиться на взятки и откаты;
- зарубежные партнеры могут сотрудничать с оффшорной компанией неохотно;
- сложности с привлечением капитала, потому что они не могут размещать акции в России и на крупных зарубежных биржах;
- возможные изменения налогового законодательства в оффшорных зонах, что может привести даже к потере компании [8].

Нужно отметить, что для российских компаний главная мотивация — это защита бизнеса и прав собственности от чиновничьего и криминального рейдерства, а не минимизация налогового бремени.

Стоит обратить внимание на то, что через оффшоры проходит существенная доля экспорта металлов, нефти, удобрений, леса.

Доля оффшорных зон в импорте и экспорте прямых инвестиций в России в десятки раз выше по сравнению с другими государствами. Так, во Франции и Германии доля оффшоров в накоплении прямых инвестиций за границей составляет 2,3 % и 1,9 % соответственно. Доля Кипра в РФ в экспорте прямых инвестиций составляла более 40 %, других оффшорных зон — от 15 % до 20 % [4].

Оффшоризация бизнеса в России все более увеличивается и минусы заключаются не только в легализации незаконных доходов и недополученных налоговых поступлениях.

Существуют следующие главные угрозы:

- утрата контроля стратегических активов в металлургии и ТЭЖе, оборонных производствах и машиностроении;

- потеря управляемости экономики;
- регулирование платежного баланса;
- регулирование инвестиционного процесса.

Многие эксперты считают, что если закрыть оффшоры, то это даст огромный экономический эффект. Не имея возможности вывезти средства за границу, олигархи будут вынуждены вкладывать их в проекты внутри страны, заниматься модернизацией промышленности, наращивать выпуск отечественной продукции, завоевывать рынки сбыта и т. д. У государства появилась бы возможность решать социальные проблемы, укреплять Вооруженные Силы, поддержать науку, аграрный сектор [7].

Однако в некоторых отношениях оффшорные зоны — важный элемент функционирования экономики. Так, они нужны крупному бизнесу, ориентированному на внешние рынки, так как предоставляют возможность решать вопросы по привлечению иностранных кредитов и инвестиций, созданию более эффективной юридической базы разрешения споров и прочее. В некоторых случаях невозможна реализация крупных международных проектов без участия оффшорных компаний. К примеру, экспортные газопроводы «Северный поток» или «Голубой поток» [6].

Однако мы солидарны с мнением других экспертов, которые считают, что оффшорная политика России не должна фокусироваться на введении жестких запретов. Результат таких мер в условиях действующего режима движения капиталов лишь усилит нелегальную утечку капиталов и увеличит риски при выполнении иностранных инвестиций в РФ. Устранять негатив, связанный с оффшоризацией необходимо, кардинально улучшая условия предпринимательства в РФ.

Таким образом, мы предлагаем ряд мер по выводу экономики России из «оффшорной тени», которые нужно принять правительству страны:

1. Необходимо корректировать российское законодательство относительно регулирования оффшоров с учетом принятых за последнее время в мире мер.

2. Заключение соглашений по обмену налоговой информацией с оффшорными юрисдикциями. Наличие данных соглашений позволит сформировать актуальную и достоверную картину оффшорной деятельности компаний России. В ином случае, предпринимаемые правительством РФ антиоффшорные меры будут неэффективными.

3. Распространение контроля государства на компании местного происхождения, учрежденные в оффшорных юрисдикциях. Тогда оффшорные предприятия российского происхождения должны будут выполнять требования законодательства РФ по предоставлению данных об участниках предприятия и отчетности при условии соответствия одному из критериев: ведение деятельности в РФ, учреждение согласно законодательству РФ или место нахождения предприятия — РФ. Подобные шаги предприняты многими развитыми странами, к примеру, США путем принятия Закона в 2010 году «О налоговой дисциплине в отношении зарубежных счетов». Однако имеются сомнения в действенности этой меры. Если для США реализация данного принципа возможна благодаря позиции силы, то для РФ это пока не представляется реальным.

4. Активизирование участия РФ в международном сотрудничестве по увеличению прозрачности оффшоров. Подобное сотрудничество также будет связано с обязательством со стороны России раскрывать информацию о крупных местных компаниях.

5. Формирование «черного списка» иностранных банков, к примеру, прибалтийских банковских учреждений, которые участвуют в сомнительных финансовых схемах с компаниями России и банками. Данная мера соответствует мировой практике.

6. Большинство экспертов в области проблемы оффшоризации считают, что государственные компании должны функционировать в аналогичной коммерческой среде, что и частные компании.

7. Создание собственной международной оффшорной зоны.

8. Привлечение всех форм бизнеса в обсуждение мер по выводу экономики России из «оффшорной тени».

Список литературы:

1. Газета «Вестник Кипра» «Кипр перестал быть оффшором» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://kiprinform.com/news/politics/>
2. Гудкова Виктория, Тудоровский Яков «Что такое оффшоры и как с их помощью уводят деньги» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.aif.ru/mymoney/article/48329>
3. Журнал «Финансовый директор» № 7—8 «Оптимизация налогообложения и незаконный уход от налогов: в чем отличия» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.taxman.ru/action_articles/catalog_28/article_67
4. Информационный сайт ekomik.ru [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ekomik.ru/magazine/investments/9274-kak-optimizirovatmz-nalogovye-vyplaty-cherez-offshory.html>
5. Листерман Александра «Оффшорная геополитика» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.offshorewealth.info/index.php/offshore-wisdom/930.html>
6. Листерман Александра «Методы решения проблемы оффшоризации в мире и России» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.offshorewealth.info/index.php/tax-planning/873.html>
7. Никитчук И.И. «Заккрытие оффшорных зон» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://nkoperm.ru/17210-mnogie-ekspertyekonomisty.html>
8. Пеппер Д.А. «Практическая энциклопедия международного налогового и финансового планирования» Москва Инфра-М 1998 г. 228 стр.
9. Приказ от 21 августа 2012 г. № 115н «О внесении изменений в перечень государств и территорий, предоставляющих льготный режим налогообложения», [Электронный ресурс] – Электронно-правовая система «Консультант Плюс».
10. Суров С.П., Штогрин С.И. «Оффшоры — угроза национальной безопасности России» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.bardaks.ru/news/offshory_ugroza_nacionalnoj_bezopasnosti_rossii/2013-03-02-726
11. Юридическая компания «Стерлинг» // Оффшорные схемы и использование оффшорных компаний [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://1sterling.ru/offshore/offshornye-shemy.html>

ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Казаков Павел Иванович

*магистрант, кафедра экономической теории,
Московский государственный университет путей сообщения,
г. Москва
E-mail: kazakov.79@mail.ru*

Золотарёва Вера Петровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, кафедра экономической
теории, Московский государственный университет путей сообщения
г. Москва*

Оборонно-промышленный комплекс (далее — ОПК) занимает особое место и играет заметную роль в развитии экономики и обеспечении национальной безопасности страны, заключающейся в защите ее независимости, государственной и территориальной целостности.

Главная задача функционирования ОПК определена как создание и производство современных конкурентоспособных вооружений, военной и специальной техники (далее — ВВСТ), обеспечение перевооружения Вооруженных сил, других войск и формирований России и усиление позиций на мировом рынке вооружений.

В ОПК сосредоточена большая часть передовых технологий военного и гражданского назначения, сконцентрированы высококвалифицированные кадры отечественной научно-промышленной сферы. Общая численность работников, занятых в организациях ОПК, составляет около 2 млн. человек, в том числе около 1,3 млн. человек занято непосредственно в оборонных отраслях промышленности. Доля работников в возрасте до 35 лет составила в 2011 году около 27 % от общей численности работников ОПК. Средний возраст работников ОПК составил 46 лет. Возрастной состав работников предприятий ОПК представлен на рисунке 1.

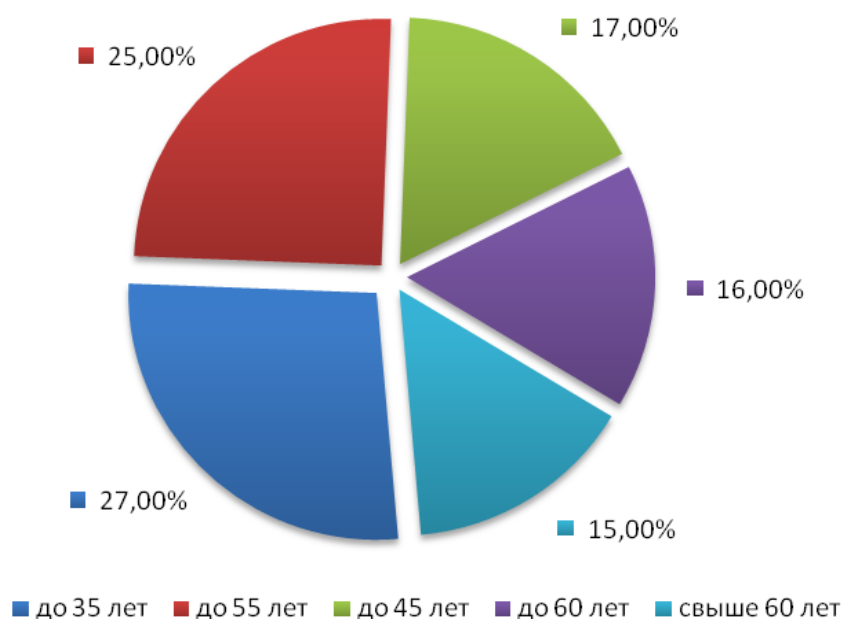


Рисунок 1. Возрастной состав работников предприятий ОПК (%)

Организации ОПК сохраняют значительный научно-технический задел, позволяющий по ряду направлений совершить технологический прорыв (ядерные, лазерные, авиационные, космические технологии, специальные материалы и сплавы и др.). Критические направления развития технологической базы ОПК не только совпадают, но и зачастую формируют ключевые направления научно-технологического прогресса в целом.

В соответствии с действующей редакцией сводного реестра организаций ОПК, утвержденной приказом Минпромторга России от 05 февраля 2013 года № 137 к ОПК отнесены 1340 организаций [3]. Ведомственная и отраслевая структура сводного реестра организаций ОПК представлена на рисунке 2 и 3 [2].

Важной частью программы развития предприятий ОПК на сегодняшний момент является техническое перевооружение производства и вклад средств в развитие инновационных технологий, без которых в ближайшем будущем невозможно будет производить продукцию нового поколения, сопоставимую или превосходящую по своим тактико-техническим характеристикам продукцию стран-конкурентов на рынке вооружений, которыми в настоящее время являются США, Франция, Англия, Германия и Израиль.

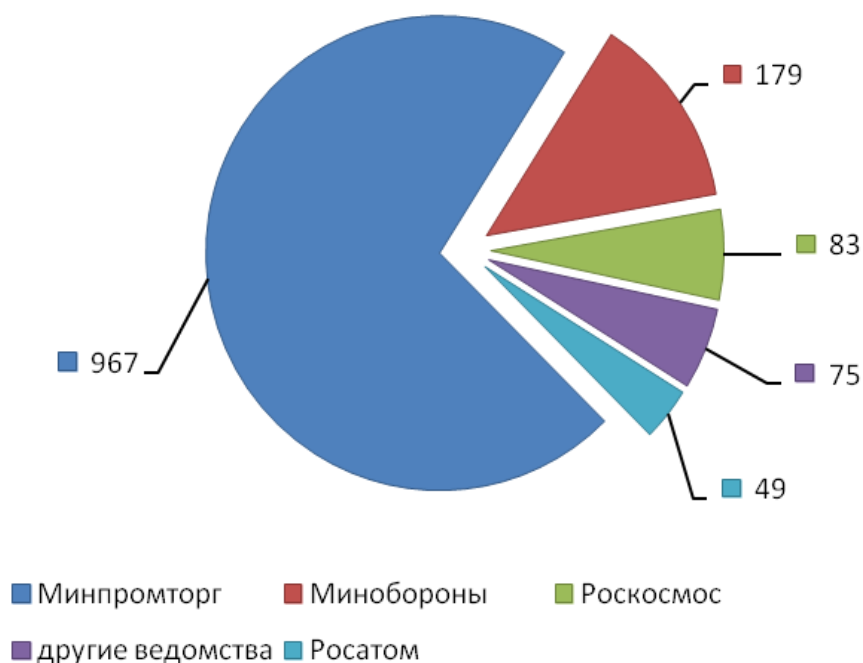


Рисунок 2. Ведомственная структура предприятий ОПК (шт.)

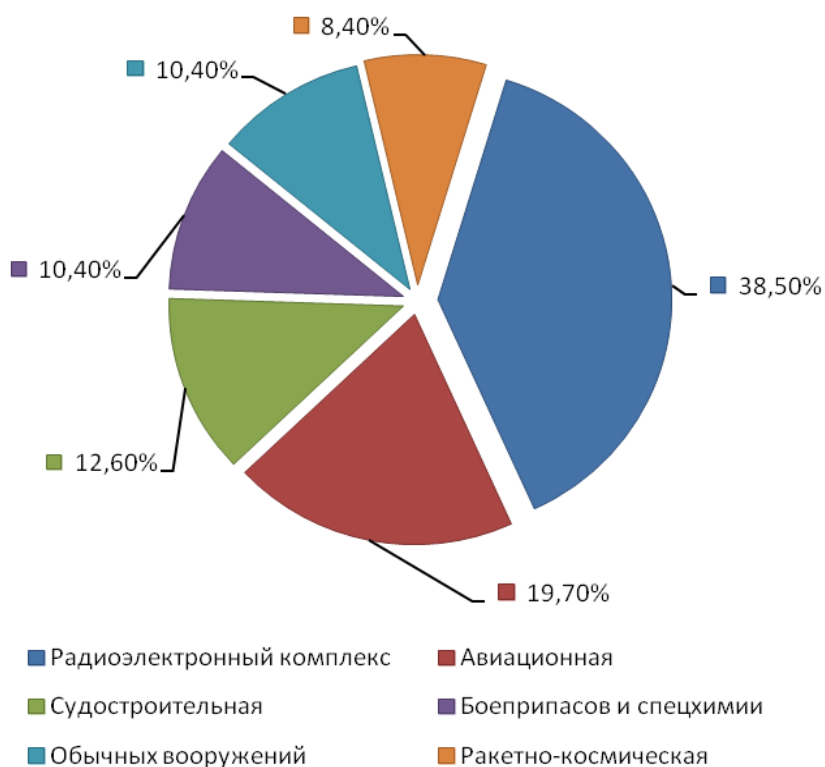


Рисунок 3. Отраслевая структура предприятий ОПК (%)

Основную составляющую финансового благополучия предприятия определяют средства выделяемые в рамках государственного оборонного заказа (далее — ГОЗ), безусловное выполнение которого является основной задачей стоящей перед оборонными промышленными предприятиями

Российской Федерации. В настоящее время около 45 % объемов промышленной продукции ОПК — это продукция военного назначения, которая поставляется для внутренних нужд государственным заказчикам по регулируемым ценам, порядка 22 % поставляется по линии военно-технического сотрудничества (далее — ВТС), около 33 % — гражданская продукция в интересах таких важных сфер экономики, как транспорт, связь и телекоммуникации, отрасли ТЭК, здравоохранение и др.

Большой вклад в формирование бюджета организаций оборонной направленности вносит экспорт машинно-технической продукции, прежде всего, по линии ВТС Российской Федерации с иностранными государствами. Оборонный комплекс является одним из крупных и устойчивых источников поступления валютных финансовых средств за счет экспорта ВВСТ. Основные поставки продукции ОПК приходятся на страны Восточной Европы, Северной Африки и Китай. Статус одного из ключевых партнеров России в области ВТС сохраняет Индия. Недавнее подтверждение этого — подписание военных контрактов между Россией и Индией стоимостью почти 3 млрд. долл.

На мировом рынке вооружения Россия занимает лидирующие позиции. В 2012 году экспорт российского вооружения составил рекордные 14 млрд. долл., а сумма новых контрактов на поставку военной техники в третьи страны на сегодняшний день уже превышает 15 млрд. долл.

Многие оборонные предприятия России в рамках проведенной конверсии 90-х годов переориентировали часть своего производства на выпуск мирных товаров повседневного спроса. Прибыль, получаемая от реализации гражданской продукции, как правило, вкладывается в развитие предприятия, улучшение материально-технической части, подготовку производства, модернизацию оборудования, закупку нового высокотехнологичного оборудования, финансирование разработок новых видов продукции гражданского назначения. Например, выпуск продукции и предоставление услуг гражданского и двойного назначения предприятием ОАО «ВПК «НПО машиностроения» в 2011 году составил 15,1 % от общего объема производимой

продукции в Корпорации. По программе инновационного развития на период до 2015 года объем выпуска продукции и услуг гражданского и двойного назначения должен вырасти еще в 1,5 раза [1].

Уровень государственной поддержки ОПК свидетельствует о том, что портфель заказов в сфере разработки и производства ВВСТ будет увеличиваться. В ближайшие годы российские военные предприятия получат до 3 трлн. рублей на модернизацию и техническое перевооружение. Именно такая сумма заложена в Федеральной целевой программе развития оборонно-промышленного комплекса на 2011—2020 годы (ФЦП-2020).

Основная задача программы — обеспечить производство высокотехнологичной военной продукции, конкурентоспособной по своим боевым и эксплуатационным характеристикам. Вместе с тем, в 2011 году в России принята беспрецедентная по объемам финансирования (примерно 20 трлн. рублей) и характеру задач Государственная программа вооружения до 2020 года (ГПВ-2020). Самая масштабная в истории современной России госпрограмма в сфере ОПК призвана оснастить российскую армию современными средствами ведения боевых действий и, в конечном счете, привести ее к новому облику, в полной мере соответствующему общемировым тенденциям развития средств вооруженной борьбы.

Подводя общий итог можно сделать вывод что ситуация на предприятиях отечественного ОПК постепенно улучшается. Отрасль вышла из затяжного кризиса, разрабатывается и запускается в серию новые виды вооружений, растет экспорт российского ВВСТ. Государство полностью выполняет свои обязательства перед оборонными предприятиями, финансирование которых осуществляется в полном объеме заложенных в федеральном бюджете средств. В рамках программы ускоренного развития ОПК проводится масштабная реконструкция основных фондов, модернизация производственной и технологической базы.

Рост объемов закупок ВВСТ, в соответствии с ГПВ-2020, совершенствование размещения ГОЗ и ценообразования на продукцию военного

назначения, выполнение мероприятий ФЦП-2020 в полном объеме, реализация программ инновационного развития компаний ОПК и продуктовой политики по выпуску конкурентоспособной гражданской техники, а также осуществление мер по профессиональной подготовке и закреплению кадров в ОПК позволяют прогнозировать в перспективе устойчивые темпы развития оборонного комплекса Российской Федерации.

Список литературы:

1. Годовой отчет ОАО «ВПК «НПО машиностроения» за 2012 год. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.npomash.ru/download/godotchet2012.pdf>. (дата обращения: 25.09.13).
2. Довгучиц С.И. О развитии ситуации в ОПК в 2011 году, основных направлениях деятельности и задачах на ближайшую перспективу // Сборник. Оборонный комплекс РФ: состояние и перспективы развития. С. 213—224.
3. Министерство промышленности и торговли Российской Федерации. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.minpromtorg.gov.ru/docs/mpt/orders/647>. (дата обращения 25.09.13).

ЦЕНА ПОТРЕБЛЕНИЯ МОБИЛЬНОЙ УСЛУГИ СВЯЗИ

Карпенко Максим Викторович

студент 3 курса, факультета экономики и управления СПбГУТ,
г. Санкт-Петербург
E-mail: maxer94@mail.ru

Старкова Татьяна Николаевна

научный руководитель, старший преподаватель кафедры экономики
и управления в связи СПбГУТ,
г. Санкт-Петербург

Понятие цены потребления в отношении товара может быть сформулировано как: сумма продажной цены и стоимости потребления, использования товара за период эксплуатации. В данном контексте можно интерпретировать цену потребления услуги как сумму цены приобретения и затрат до полного прекращения использования. При этом особый интерес представляет средняя цена потребления за определенный период: месяц, (год).

$$\text{ЦП}_\phi = \sum_{s=1}^{s=L} \text{ЦП}_\phi^s L \quad (1)$$

где: ЦП_ϕ^s — цена потребления фактическая абонента s ;

s — индекс абонента;

L — общее количество абонентов.

$$\text{ЦП}_\phi^s = \sum_{i=1}^{i=n} C_i^o + \sum_{j=1}^{j=m} C_j^{A_1} + \frac{1}{12} C_{\text{доступа}}^{A_1} \quad (2)$$

где: $\sum_{i=1}^{i=n} C_i^o$ — стоимость всех соединений и сервисов, которые были осуществлены и получены через основного оператора;

$\sum_{j=1}^{j=m} C_j^A$ — стоимость все соединений и сервисов, которые были осуществлены через альтернативного оператора, вследствие нарушений качества у основного. Например, отсутствие доступа из-за неполной зоны охвата и т. д.

$\frac{1}{12} C_{\text{доступа}}^{A_1}$ — стоимость подключения к альтернативному оператору (используем 1/12 часть для расчетов за месяц).

Отметим, что *AI* указание на оператора, который может быть не единственным.

Если предположить, что составляющая $\sum_{j=1}^{j=m} C_j^A + \frac{1}{12} C_{\text{доступа}}^{A_1}$ вследствие постоянных действий оператора по улучшению качества услуги будет уменьшаться (стремиться к нулю), остается проблема выбора оптимального тарифного плана [2]

Что можно понимать под словом оптимальный, а с точки зрения потребителя идеальный тарифный план? Вероятнее всего тот, который позволит иметь идеальную (минимальную) цену потребления:

$$ЦП_{И}^S = \sum_{i=0}^{i=n} C_i^0 - \sum_{k=1}^{k=p} C_k^o \quad (3)$$

где $ЦП_{И}^S$ — цена потребления идеальная; абонента *s*

$\sum_{i=0}^{i=n} C_i^0$ — стоимость всех соединений и сервисов, которые были осуществлены и получены через основного оператора;

$\sum_{k=1}^{k=p} C_k^o$ — стоимость всех бонусов и скидок.

Тарифный план, выбранный нерационально представляет собой упущенную выгоду клиента. В настоящее время операторы предлагают широкий набор пакетов услуг и сервисов, что является первым шагом к предоставлению услуги с оптимальной ценой потребления. Предложением данной работы является формирование сервиса с названием «*Ваш идеальный тарифный план*».

Основной проблемой является способ расчета идеальной цены потребления и минимизация упущенной выгоды клиента.

Исходя из анализа (3), можно сделать вывод: для того, чтобы уменьшить упущенную выгоду, необходимо:

1. Снизить стоимость всех соединений, без уменьшения скидок;
2. Увеличить размер бонусов и скидок, не увеличивая стоимость услуг.

Несмотря на то, что указанные выше способы минимизируют разницу между стоимостью всех соединений и стоимостью всех бонусов и скидок, что ведет к снижению упущенной выгоды клиента, эти два способа имеют целый ряд минусов.

Во-первых, для того чтобы вести ценовую борьбу, необходимо знать уровень издержек предприятий-конкурентов. В противном случае может оказаться, что уровень затрат у конкурентов ниже, чем у нашего предприятия. В конечном итоге уровень наших цен остановится на уровне точки безубыточности, а цены конкурентов будут падать, что приведет к падению спроса на услуги мобильной связи, предлагаемые нашим предприятием.

Во-вторых, скидки невозможно повышать бесконечно, так как это также снижает уровень доходности нашего предприятия.

В соответствии с этим необходимо рассмотреть проблему минимизации разницы между стоимостью соединений и скидками с другой стороны — сделать маркетинговый ход навстречу пожеланиям клиентов: *лояльная цена потребления каждому клиенту.*

Цена потребления — стоимость всех соединений, осуществляемых через оператора, олицетворяется в тарифных планах, которые каждый из нас выбирает при покупке сим-карты (или в случае перехода).

Однако, при всем многообразии тарифных планов, которые предлагают нам операторы мобильной связи, далеко не для каждого найдется идеальный вариант.

Каждый из нас является уникальным субъектом рынка (по крайней мере, по степени восприятия), со своими потребностями, желаниями и предпочтениями в отношении услуг мобильной связи, а соответственно

каждому клиенту необходим персональный тарифный план, с помощью которого и будет формирована идеальная цена потребления.

При опросе абонентов различных операторов мобильной связи выяснилось, что основной проблемой является выбор тарифного плана «для себя»:

Первая группа отмечала, что тарифные планы, которыми они выбрали, удовлетворяют их потребности в услугах мобильной связи полностью, при этом включены опции, которые им практически не нужны. Таким образом, ежемесячно оплачивается набор сервисов, который или не нужен никогда или используется крайне редко (например, 1 раз в год).

Другие отмечали, что не только максимально используют свой *безлимитный тарифный план*, но некоторые необходимые им опции докупают, приобретая дополнительный пакет сервисов.

Следовательно, даже все многообразие тарифных планов, которые в настоящее время предлагают операторы мобильной связи, далеко не всегда решает проблему максимальной удовлетворенности абонентов [1].

Идея заключается в том, чтобы дать возможность абонентам разработать собственные тарифные планы, которыми они будут пользоваться, затем систематизировать их, придумать оригинальные (остроумные) названия и запустить в производство.

Шаги реализации данного проекта:

1. Основываясь на оценке затрат предприятия и того уровня доходов, которые предприятие хочет получать, определить фиксированную стоимость пользования каждой услугой мобильной связи в единицу времени (примеры).

2. Создать и использовать экранную форму для базы данных, в которой клиент укажет объем тех услуг мобильной связи, в которых он нуждается. В зависимости от выбранных им услуг и будет рассчитываться стоимость его тарифа. (Пример заполненной экранной формы представлен на рисунке 1)

Линейная функция расчета идеальной стоимости:

$$Y = C_1 * X_1 + C_2 * X_2 + C_3 * X_3 + \dots + C_n * X_n$$

где: вектор $C_1, C_2 \dots C_n$ — фиксированная стоимость пользования услугами сотовой связи;

Вектор $X_1, X_2 \dots X_n$ — объем услуг (сервисов), в которые предполагает использовать клиенту (в условных единицах).

3. В целях привлечения большего числа клиентов необходимо разработать систему скидок и поощрений, главным принципом которых будет: чем больше услуг вы потребляете, тем больше у вас скидка.

4. Необходимо идентифицировать каждого пользователя путем создания учетной записи (личного кабинета) в сети Интернет, в которых будут указаны услуги и их объемы, которыми пользуется данный клиент. При этом у абонента будет существовать возможность изменения собственных запросов и предпочтений.

5. Систематизировать результаты использования формы, предлагать тарифные планы с названиями: «идеально для мамы», «идеально для бабушки», «идеально для бизнесмена», «идеально для тинейджера» «идеально для студента» и т. д.

Теперь представим, как будет просто рассчитать идеальную цену потребления человеку, который общается небольшим количеством СМС-сообщений и принципиально звонит только на телефоны фиксированной связи.

В случае, когда клиент желает приобрести тарифный план, включающий 10 СМС-сообщений в месяц, безлимитные разговоры с абонентами данной сети и доступ в интернет.

В качестве примера рассмотрим расчет идеальной цены потребления для клиента s .

Итак, предположим, что на услуги мобильной связи оператор M установил следующие цены: каждая услуга мобильной связи одного из операторов имеет следующую стоимость:

1 минута разговоров с абонентами данной сети — 0,1 руб.

Безлимитные разговоры с абонентами данной сети — 100 руб./мес.

1 минута разговоров с абонентами других сетей — 0,20 руб.

Безлимитные разговоры с абонентами других сетей — 150 руб./мес.

1 минута разговоров с абонентами фиксированной связи — 0,30 руб.

Безлимитные разговоры с абонентами фиксированной связи — 200 руб/мес.

1 СМС-сообщение — 0,4 руб.

Безлимитная передача СМС-сообщений — 100 руб/мес.

1 Мб Интернета — 0,5 руб.

Безлимитный трафик Интернета — 200 руб/мес.

В первом случае клиент S имел безлимитный тарифный план, который включал безлимитную связь с абонентами данной сети, безлимитную связь с абонентами других сетей, 200 минут разговоров с абонентами фиксированной связи, 150 СМС-сообщений и безлимитный трафик сети Интернет.

Сумма затрат клиента s составляла: 600 руб/мес.

Далее предположим, что потребности в услугах мобильной связи у клиента S в месяц следующие:

1. безлимитная связь с абонентами данной сети;
2. безлимитная связь с абонентами других сетей;
3. 30 СМС-сообщений;
4. безлимитный трафик Интернета.

Произведя перерасчет, получаем, что идеальная цена потребления услуг связи для клиента N будет составлять:

$$100 \text{ руб.} + 150 \text{ руб.} + 1,2 \text{ руб.} + 200 \text{ руб.} = 451,2 \text{ руб/мес.}$$

Экономия составляет: 600 руб. – 451,2 руб. = 148,8 руб/мес.

Пример расчета стоимости идеального тарифного плана (представлен на рис. 1).

Ваш идеальный тарифный план

Персональные данные		Паспортные данные	
Фамилия	<input type="text" value="Иванов"/>	Серия	<input type="text" value="40 08"/>
Имя	<input type="text" value="Сергей"/>	Номер	<input type="text" value="598652"/>
Отчество	<input type="text" value="Викторович"/>	Кем выдан	<input type="text" value="ТП №2 ОУФМС России ..."/>
Дата рождения	<input type="text" value="24.05.1994"/>	Когда выдан	<input type="text" value="27.05.2008"/>
Адрес эл. почты	<input type="text" value="student@mail.ru"/>		

Услуги сотовой связи

Разговоры с абонентами данной сети	<input type="text" value="БЕЗЛИМ"/>	ПРИМЕЧАНИЕ: В левом столбце указан перечень услуг сотовой связи. В правый столбец введите объем потребления соответствующей услуги в минутах (или единицах) в месяц. При выборе безлимитного тарифа данной услуги введите: "БЕЗЛИМ" (без кавычек)
Разговоры с абонентами других сетей	<input type="text" value="БЕЗЛИМ"/>	
Разговоры с абонентами фиксированной связи	<input type="text" value="0"/>	
СМС-сообщения	<input type="text" value="30"/>	
Доступ к сети Интернет	<input type="text" value="БЕЗЛИМ"/>	

<input type="button" value="Рассчитать стоимость"/>	<input type="text" value="451,20 руб."/>
---	--

Рисунок 1. Экранная форма для разработки тарифного плана

Следовательно, каждый абонент будет выбирать для себя тот спектр услуг мобильной связи и в тех объемах, в которых он нуждается. Соответственно, и платить он будет ровно столько, сколько он будет потреблять, давая при этом оператору мобильной связи, полную информацию о своих предпочтениях. Кроме того оператор сможет выявить наиболее популярные услуги мобильной

связи и определить тот объем материальных ресурсов, который необходимо выделить для удовлетворения потребностей каждого клиента.

Таким образом, оператор мобильной связи, проявив лояльность по отношению к клиенту, возможно, не только избежит оттока абонентов к своим конкурентам, но и увеличит их число за счет использования дополнительного сервиса: «идеальную цену потребления услуг мобильной связи для каждого клиента».

Список литературы:

1. Макаров В.В. Управление инновациями и обеспечение качества в отрасли ИКТ: [монография] / В.В. Макаров. СПб.: Издательство СПбГУТ, 2012. — 164 с.
2. Старкова Т.Н. Эффективное управление качеством телекоммуникационных услуг / Т.Н. Старкова. — Информатизация и связь. — 2011. — № 7. — С. 89—91.

СИСТЕМА АГРОСТРАХОВАНИЯ: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Кузьминых Светлана Юрьевна

*студент 4 курса, кафедры Финансы, кредит и страховое дело СтГАУ,
г. Ставрополь*

E-mail: kuzminyhsu@mail.ru

Клишина Юлия Евгеньевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СтГАУ,
г. Ставрополь*

Появившись в 20-х годах минувшего столетия как средство защиты сельскохозяйственного производства от неблагоприятных природных явлений, система аграрного страхования развитых стран в настоящее время достигла достаточно высокого уровня развития. Данная статья посвящена исследованию системы агрострахования России и зарубежных стран, выявлению их существенных особенностей и анализу ситуации на рынке агрострахования в целом.

По данным исследования Всемирного банка по агрострахованию, Россия занимает 8 место в мировом рейтинге стран по размеру страховых взносов, собранных в этом секторе, при этом по объёму пашни ей принадлежит одно из первых мест [1]. Следует отметить, что российское агрострахование развивается в рамках «испанской модели», главной целью которой считается стабилизация доходов сельхозпроизводителей и вовлечение их в управление рисками [7].

Согласно законодательству Российской Федерации агрострахование включает в себя:

1. страхование урожая сельскохозяйственных культур и зеленых насаждений;
2. страхование животных, принадлежащих как производителям, так и физическим лицам;
3. страхование животных, проживающих в зоопарках и зверинцах разных типов;
4. страхование пчелиных семей;

5. страхование рыбы, которая выращенная сельскохозяйственным или промышленным способом;

6. страхование имущества товаропроизводителей в сельском хозяйстве [9].

Опыт становления агрострахования в России свидетельствует о том, что этот вид страхования не может развиваться без ощутимой поддержки государства [3]. Потребность в ней возникает в ситуации, когда страховые компании хотят осуществлять свою деятельность с достаточной степенью рентабельности, но испытывают недостаточность необходимой информации и методологических разработок для работы с аграрным сектором. При этом правительство имеет желание создать при минимальных затратах необходимые условия для стабильной работы национального аграрного сектора, преследуя государственные интересы. В этой связи государственная поддержка страхования направлена на преодоление тех естественных ограничений, которые мешают развиваться аграрному страхованию в чисто рыночных условиях — высокой убыточности, сложности тарификации и т. п. Следовательно, господдержка позволяет достичь удешевления страхования для сельскохозяйственных производителей через механизм субсидирования страховой премии, а также включает государственные службы в работу по предоставлению информационной и методологической помощи страховым компаниям. Принципы взаимодействия государства, страховщиков и страхователей представлены на рисунке 1.

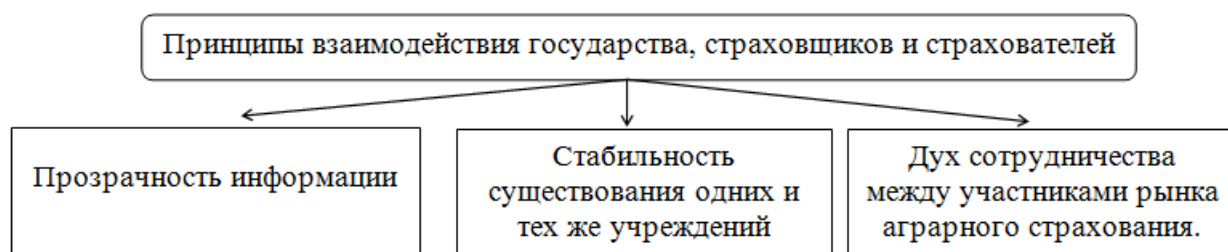


Рисунок 1. Принципы взаимодействия государства, страховщиков и страхователей

Прозрачность информации означает активный обмен достоверной информацией между учреждениями и организациями, представляющими разные заинтересованные стороны. Принцип стабильности существования одних и тех же учреждений отражает закон «О страховании сельскохозяйственных рисков в Испании», принятый в 1978 году.

Правовые основы оказания государственной поддержки в сфере сельскохозяйственного страхования в России при осуществлении страховой защиты связанных с производством сельскохозяйственной продукции имущественных интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей регулирует Федеральный закон « О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства», принятый Государственной Думой 5 июля 2011 года (в ред. от 23.07.2013 № 251-ФЗ) [2].

Агрострахование с господдержкой осуществляется от риска утраты урожая сельхозкультур, посадок многолетних насаждений. Особенности закона заключаются в том, что гибель урожая подразумевает за собой понижение фактического урожая на 30 % и более по сравнению с запланированным, а потери многолетних насаждений — более чем на 40 % посадочных площадей. Кроме того, расширен перечень объектов, по которым осуществляется государственная поддержка. С 2013 года предусмотрено ее распространение на страхование сельскохозяйственных животных. Увеличен список опасных для сельхозпроизводства природных катаклизмов. В перечень вошли такие явления, как суховей, заморозки, сильный ветер, природный пожар, градобитие, пыльная буря, ураганный ветер и др.

Вводятся единые стандарты страхования с целью упрощения процедур заключения договоров и выплаты страхового возмещения, а также единые стандарты оценки ущерба.

В соответствии с Федеральным законом принимаются практические меры по развитию системы экспертной оценки ущерба, обеспечивающие независимую оценку причин утраты застрахованного объекта и размера

ущерба, предусмотрены своевременные и в полном объеме страховые выплаты при наступлении страховых случаев.

Страховая сумма устанавливается в размере не менее 80 % от страховой стоимости урожая сельскохозяйственных культур, посадок многолетних насаждений, а также сельскохозяйственных животных. Страхованию подлежат только 100 % посевов определенных культур, страховка отдельных посевов не допускается [8].

По данным ФСФР за первое полугодие 2013 года, на рынке работает девять страховщиков за пределами Национального союза агростраховщиков, у которых портфель по сельхозстрахованию с господдержкой составляет более 70 % бизнеса [9].

В настоящее время на отечественном рынке агрострахования существует два зарегистрированных объединения агростраховщиков: союз «Единое объединение страховщиков агропромышленного комплекса — Национальный союз агростраховщиков» (НСА) и Ассоциация агропромышленных страховщиков «Агропромстрах» (Агропромстрах).

Оба объединения имеют утвержденные типовые формы договора сельскохозяйственного страхования и правил сельскохозяйственного страхования.

Главной задачей НСА является формирование цивилизованного рынка агрострахования, пропагандирование страховой культуры сельхозтоваропроизводителям, содействие эффективному использованию средств, выделяемых государством на компенсацию части затрат по страхованию сельскохозяйственных рисков. Союз осуществляет свою деятельность в строгом соответствии с Законом №260-ФЗ «О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования» и страховым законодательством [4].

На сегодняшний день в состав Национального союза агростраховщиков входят 27 страховых организаций, в том числе 8 компаний, входящих в первую десятку лидеров российского страхового рынка, и 7 компаний регионального

уровня. Совокупный уставный капитал компаний, входящих в НСА, составляет около 75 млрд. рублей [9].

Ассоциация «Агропромстрах» направляет в Минсельхоз и Минфин России предложения по совершенствованию действующей системы страхования сельскохозяйственных рисков с государственной поддержкой, предполагающие внесение изменений в Федеральный закон № 260-ФЗ, изменение концепции системы страхования — со страхования от катастрофических рисков на страхование от недобора, создание Государственной перестраховочной корпорации. Члены Ассоциации особое внимание уделяют страхованию озимых, сотрудничеству с аграриями Нечерноземной зоны и центральных областей России и с теми из сельскохозяйственных товаропроизводителей, которые внедряют прогрессивные, засухоустойчивые технологии, районированные сорта, региональные структуры посевов [5].

Однако на сегодняшний день в организации агрострахования в России присутствует ряд проблем.

Во-первых, необходимо отметить тот факт, в российском сельском хозяйстве происходит падение производства. По некоторым оценкам оно составляет 4—5 % в год. Это означает, что программа развития АПК совершенно не учитывает интересы сельхозтоваропроизводителей и не направлена на решение проблем отрасли.

Во-вторых, модель осуществления господдержки является недостаточно выстроенной, что обуславливает отсутствие четкого представления о системе контроля расходования бюджетных средств.

В-третьих, работа над выстраиванием единого механизма агрострахования выявила также проблему применения в РФ современных технологий в работе с климатическими рисками. В то время как на Западе в агростраховании используются современные спутниковые системы, у нас отмечается нехватка метеостанций, которые должны регистрировать природные бедствия.

Причины, которые тормозят развитие отечественного рынка агрострахования можно разделить на 2 группы:

1. Со стороны страховых компаний:

- высокие риски (сельское хозяйство более зависимо от природных факторов и несёт большие убытки от опасных природных явлений в пределах 70 % страховой суммы);

- высокие риски;
- высокая трудоемкость;
- высокая убыточность агрострахования для страховщиков (уровень выплат по этому виду страхования сегодня составляет 53 %);

- отсутствие единого порядка расчета стоимости страхового тарифа;
- отсутствие достоверной информации относительно объекта страхования;
- нехватка средств у сельхозпроизводителей;
- предвзятое отношение к страховым компаниям;
- отсутствие массового спроса на эту услугу.

2. Сельхозпроизводители:

- высокие тарифы;
- недостаток свободных оборотных средств;
- низкая рентабельность бизнеса;
- отсутствие здоровой конкуренции между страховыми компаниями.
- объем господдержки не всегда ясен. Так, в 2010 году вместо запланированных 5,7 млрд. рублей субсидий на страхование было выделено только 2 млрд.;

- отсутствие информации о программах страхования и тарифах [6].

Анализ международной практики агрострахования показывает, что данный сегмент страхования развивается достаточно быстро и работает эффективно только при долгосрочной и масштабной поддержке со стороны государства. Весьма наглядным выглядит пример США (см. график 1).

Объем субсидии, которые правительство США в данном случае выделяет на страхование посевов, вырос с 5 млрд. долларов или примерно 150 млрд. рублей в 2010 году до почти что 8 млрд. долларов или 240 млрд. рублей к 2012 году. Для сравнения в России выделено всего 1 млрд. долларов на агрострахование в период с 2008 по 2012 год, таким образом объем господдержки у нас примерно в 40 раз ниже, чем в США.

FEDERAL CROP INSURANCE SUBSIDIES HIGHEST EVER RECORDED

A boom in crop insurance subsidies shows just how hard it will be to cut the popular agriculture program as Congress tries to tackle the deficit.

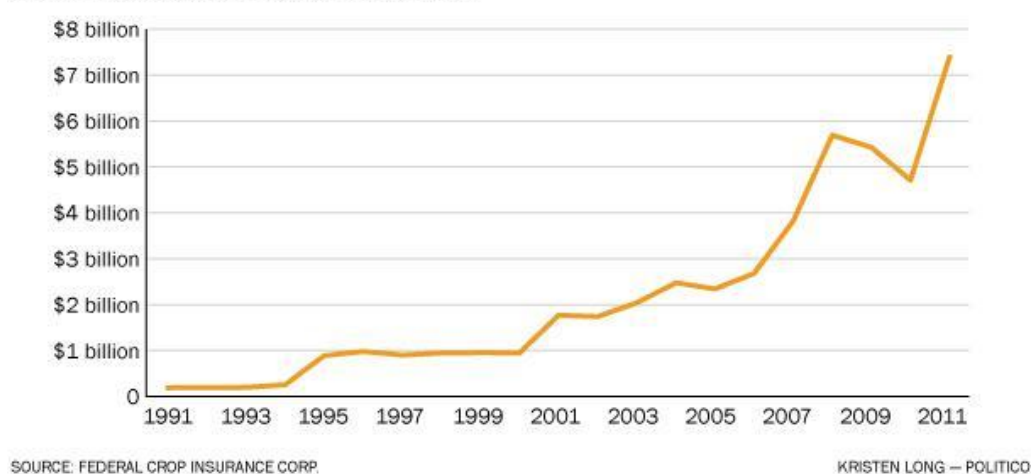


График 1. Государственные субсидии, выделяемые правительством США на агрострахование

В некоторых странах услуги субсидированного агрострахования предоставляются через государственные страховые компании. Такой путь развития системы агрострахования обычно воспринимается как более простой, но в международной практике примеров успешных систем достаточно мало. Положительными примерами являются Канада и Япония, но правительства этих стран выделяют значительное финансирование из государственного бюджета для поддержки работоспособности системы.

Испанская система аграрного страхования является уникальной в Европе, поскольку до последнего времени она была единственной европейской моделью, которая, так же, как «американская», предусматривала активную роль государства в поддержке страхования аграрных рисков. «Была единственной до последнего времени» — означает, что страны Европы уже начали

наследовать испанский опыт, и субсидированное аграрное страхование два года тому назад начало развиваться в Италии, другие страны все пристальнее присматриваются к этой модели и возможности ее применения у себя [9].

Интересен также опыт и Индии — второго по величине после США рынка агрострахования в мире. Ежегодно посеы здесь подвергаются огромному количеству рисков, в результате чего свою продукцию страхуют 25 млн. фермеров. Здесь The Agriculture Insurance Corporation of India (AICI) совместно со Всемирным Банком активно внедряют различные инновации, такие как «дистанционное зондирование», позволяющее определять районы с низкой урожайностью, требующие страховой помощи в первую очередь. Также, для устранения неточностей и манипуляций с данными об урожаях, AICI применяет испытанные средства — мобильные телефоны с возможностью записи аудио- и видео, а также GPS-навигаторы для точного фиксирования координат и времени получения данных. В России таких технологий в агростраховании, если кто и видел, то они молчат об этом. А речь ведь идет не об одной из западных стран, а об Индии, которую многие россияне до сих пор считают страной третьего мира [9].

В Греции и на Кипре страхование сельскохозяйственных рисков является обязательным видом страхования для производителей. Услуги предоставляют специализированные государственные компании — ELGA в Греции и Agricultural Insurance Organization (AIO) на Кипре. Правительства вышеуказанных стран вынуждены регулярно оказывать финансовую поддержку ELGA и AIO в высоко убыточные годы. Поддержка состоит в выделении возвратных займов из государственного бюджета. Ставки премий достаточно низкие. Компании стараются держать ставки на минимальном уровне с незначительными корректировками после убыточных годов. ELGA и AIO не могут перестраховывать риски на международных рынках из-за высокой стоимости перестрахования (из-за слишком низких ставок премий, которые ниже актуарно-обоснованного уровня). В настоящее время правительство Греции рассматривает возможность реформирования

системы субсидированного агrostрахования. Ожидается отказ от монополии государственной компании в сегменте субсидированного агrostрахования и привлечение частных страховщиков в рамках партнерской модели с участием государства и частного сектора. Страхование аграрных рисков будет трансформировано из обязательного в добровольный вид страхования. Правительство Индии уже реформировало систему агrostрахования. В настоящее время государственная Сельскохозяйственная Страховая Компания Индии работает в рамках программы субсидированного агrostрахования как обычный страховщик и вынуждена конкурировать с пятью частными страховыми компаниями. Субсидии выплачивают по стандартным договорам страхования, которые используются всеми компаниями, соответствующими квалификационным требованиям. Более того, частные страховые компании постоянно внедряют новые страховые продукты, которые субсидируются правительством и заставляют государственную компанию постоянно работать над расширением линейки страховых продуктов и улучшением качества обслуживания фермеров.

Зависимость России от субсидирования в сфере агrostрахования, а также прогноз рентабельности сельхозтоваропроизводителей представлена на графике 2.



График 2. Прогноз рентабельности сельхозпредприятий России до 2020 г.: критическая зависимость от субсидирования

Таким образом, является очевидным, что государство является как надежной защитой для сельхозпроизводителей, так и фактором, сдерживающим рыночное развитие этой отрасли. Поэтому очень важен вопрос о степени участия государства в этом процессе. Во многих странах мира агрострахование является одним из самых эффективных механизмов финансовой защиты сельхозпроизводителя, в то время как России стоит на пути совершенствования данной системы.

Список литературы:

1. Агрострахование в России // Компания «Независимые Страховые Консультанты». — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.iicon.ru/info/articleinsurance/694-agrostrakhovanie-v-rossii.html> (дата обращения 25.09.2013).
2. Единое объединение страховщиков агропромышленного комплекса — Национальный союз агростраховщиков (НСА) // Национальный Союз Агростраховщиков. — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.naai.ru/> (дата обращения 25.09.2013).
3. История Ассоциации агропромышленных страховщиков «Агропромстрах»: даты и факты // Ассоциация агропромышленных страховщиков. — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://apstrah.ru/index.php/o-nas/istoriya> (дата обращения 25.09.2013).
4. Проблемы агрострахования в России // Портал Stravan.ru — информация о страховых компаниях, страховых брокерах и их услугах. — 2012. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://stravan.ru/pages-more-103.html> (дата обращения 25.09.2013).
5. Рынок агрострахования в России и зарубежом // Самброс Консалтинг [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://sambros.ru/index.php/publikacii/rynok-agrostrakhovaniya-v-rossii-i-zarubezhom.html> (дата обращения 25.09.2013).
6. Сокол М. Агрострахование в России // Информационный портал про страхование. — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://prostrahovanie.ru/articles/all/298> (дата обращения 25.09.2013).
7. Союз агростраховщиков будет отслеживать ситуацию в российских субъектах // Агентство Агрофакт. — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.agronews.ru/news/detail/128635/> (дата обращения 25.09.2013).

8. Федеральный закон «О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства», принятый Государственной Думой 5 июля 2011 года (в ред. от 23.07.2013 № 251-ФЗ).
9. Что сегодня происходит на отечественном рынке агрострахования? // Престижно ли страховаться?! — 2012. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.prestige-ins.ru/library/articles/122.xhtml> (дата обращения 25.09.2013).
10. Якубович В. Система страхования аграрных рисков в Испании // Международная практика. — 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.agroinsurance.com/ru/practice/?pid=533#sthash.IiJhX8Ny.ewqDtlup.dpuf> (дата обращения 25.09.2013).

ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫЕ ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Куклина Екатерина Викторовна

*студент 4 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,
Дальневосточный федеральный университет,
г. Арсеньев*

E-mail: katerinka20392@mail.ru

Ишкова Светлана Васильевна

*научный руководитель, старший преподаватель,
Дальневосточный федеральный университет,
г. Арсеньев*

E-mail: ripwis@mail.ru

Современная всеохватывающая технологическая революция, которая произошла в сфере коммуникаций, оказала влияние даже на консервативный банковский сектор. Сегодняшние работы в деятельности банков, как в сфере работы с клиентами, так и в сфере управления, уже не мыслятся без мощных компьютеров, надежных беспроводных средств связи и высокоскоростного интернета.

Прошедшее десятилетие для банков во всем мире стало очень значимым с точки зрения внедрения инновационных технологий. Банки не стоят на месте, они регулярно повышают качество предлагаемых услуг, производят реконструкцию отделений, вместе с этим происходит активное развитие альтернативных каналов, или дистанционного банковского обслуживания (ДБО). С одной стороны, банки стали преподносить новшества как конкурентные преимущества. С другой стороны, проникновение телекоммуникаций и интернета в жизнь клиента, большое количество электронных устройств, их удешевление позволили банкам оптимизировать затраты на проведение операций, перемещая их за пределы банковских офисов.

Испанский банк BBVA, считающийся одним из самых инновационных в мире, пошел на создание особого терминала самообслуживания и потратил 4 года на эту программу. В результате, новое устройство значительно расширило функционал банкомата, перенеся некоторые функции банковского

служащего. Новый банкомат имеет удобный интерфейс с интерактивным помощником, конструкция терминала предполагает внесение и получение наличных, выписок через единый слот, управление через сенсорный экран и также особую эргономику, которая добавляет ощущение безопасности [8].

Банк24.ру также создал и успешно продвигает собственное инновационное решение: мобильный мини-терминал, который сейчас распространяется под названием «Термит» и позволяет принимать оплату любой банковской картой в любом месте, где доступен Интернет. Мини-терминал «Термит» легко подключается к мобильным устройствам. Организация приема безналичных платежей при помощи мобильного мини терминала является более дешевым и доступным решением, по сравнению с использованием привычных платежных терминалов [3].

2011 год эксперты называют годом интернет-банкинга. Основным драйвером его развития будет распространение смартфонов, а также повышение финансовой и интернет-грамотности потенциальных клиентов. В настоящее время уже имеются кредитные организации, которые работают с клиентами только через Интернет. У некоторых кредитных организаций количество пользователей интернет-банкинга увеличилось в несколько раз.

В плюсы использования интернет-банкинга можно включить одно главное преимущество — оперативность обслуживания. Кроме того, в преимущества можно добавить круглосуточный режим работы, возможность совершать операции из любой точки мира, где есть подключение к сети Интернет. Через интернет-банкинг можно осуществить практически все виды платежей — за коммунальные услуги, телефон, оплату штрафов ГАИ, оплату налогов и т. п. Здесь можно наблюдать за динамикой инвестиций, управлять своими счетами, осуществлять денежные переводы частным и юридическим лицам и многое другое. Синергетический эффект экономии времени колоссален [4].

По данным регулярного исследования OnLife компании Synovate Comcon 42 % недельной аудитории Интернета и клиентов банков оффлайн пользуются услугой интернет-банкинга. При этом, более половины из них (55 %),

пользуются виртуальным банком не реже, чем раз в неделю. Больше всего россиян привлекает круглосуточный доступ (67 % респондентов). При этом в вечернее и ночное время (с 21.00 до 6.00) банковские услуги онлайн актуальны для 8—27 % группы пользователей в зависимости от дня недели [6].

Однако, среди активных Интернет-серферов, пользующихся банковскими услугами, 26 % не испытывали онлайн-банкинг на себе, а 28 % протестировали сервис и отказались от него. Основными барьерами для первого подключения к онлайн-банкингу 62 % респондентов назвали недоверие и опасение за безопасность транзакций. Однако по мере пользования опасаящихся за безопасность своих счетов становится меньше.

На сегодняшний день большинство клиентов крупных банков, в той или иной степени, управляют своими счетами через мобильные приложения. Уже даже созданы такие приложения, которые позволяют без банковской карты снимать деньги в банкоматах. За 2012 г. оборот операций через Мобильный банк в России составил порядка 8 млрд. руб., по оценкам экспертов, к 2017 г. этот оборот достигнет 29 млрд. руб. Предполагается, что Мобильный банк превзойдет по популярности онлайн-банкинг, причем произойдет это в ближайшем будущем, так думают большинство экспертов в данной области. Уже сегодня доля всех операций клиентов посредством Мобильного банка в ряде банков достигла 30 % от общего количества операций. Более того, эта доля продолжает расти. При этом если раньше это были, как правило, операции пополнения счета мобильного телефона, то сейчас отмечается рост доли операций, которые клиенты обычно совершают в онлайн-банке, — к примеру, переводы в другой банк. Таким образом, развиваться будут оба вида удаленного банковского обслуживания. Причем онлайн-банкинг будет иметь больше пользователей среди клиентов банка юридических лиц, а Мобильный банк — среди физических [5].

По данным ФОМ месячная аудитория Интернета в России за последний год выросла на 22 %, а суточная — на 31 %. Все больше людей все больше времени проводят в Интернете и этот количественный рост ведет за собой

и качественные изменения — все больше россиян используют Интернет для получения финансовых услуг. Рост аудитории сайтов крупнейших российских банков существенно обгоняет рост аудитории всего Интернета [1].

Агентство Marksw Webb Rank & Report сообщает результаты установочной части исследования дистанционного банковского обслуживания физических лиц в России, проведенной в январе 2013 года. В исследовании приняли участие 200 крупнейших российских розничных банков. Все исследованные банки имеют официальные сайты в интернете, но только 10 % из них имеют мобильную версию, позволяющую в удобном для пользователя виде получить информацию о банке и его услугах с мобильного телефона. 82 % банков предлагают своим клиентам услугу интернет-банкинга. При этом 64 % банков предлагают такую услугу в виде собственного защищенного веб-сайта, а 21 % предлагают своим клиентам управление счетами через партнерскую систему интернет-банкинга. 47 % банков предлагают своим клиентам мобильный банкинг. За прошедший год количество банков, предлагающих мобильный банкинг, выросло почти вдвое. Самыми распространенными интерфейсами мобильного банка стали приложения для операционной системы Android и приложения для iPhone — доли исследованных банков, предлагающих эти приложения, выросли за год с 6 % до 38 % и с 9 % до 36 %, соответственно. При этом наиболее существенный вклад в распространение услуги мобильного банкинга внесли сервисы HandyBank и Faktura.ru, запустившие приложения для iPhone и Android в начале 2012 года [2]. 2013 год дал однозначный ответ на вопрос, какие платформы являются основными для мобильного банкинга. Если в 2012 году доминирующими интерфейсами были Java-приложения и мобильные версии интернет-банков, то в 2013 году с большим отрывом лидируют приложения для Android и iPhone.

Среди примеров инноваций в банковской деятельности можно также выделить планы по введению биометрической идентификации клиента для его доступа к банковской ячейке в Сбербанке. Однако, еще не решена

ситуация с ячейками. Предполагается, что пользователь просто подходит, прикладывает руку и открывает ячейку.

Характерно, что сайт крупнейшего российского банка, Сбербанка, последние три года ежегодно удваивает свою аудиторию и осенью 2012 года пробил планку в 4 млн. посетителей в месяц (для сравнения примерно столько же посещают Afisha.ru). Особое внимание Сбербанк планирует уделить модернизации call-центра. Разрабатывается возможность визуального общения и беседы в чате клиента с сотрудником call-центра. Помимо прочего, планируется внедрение системы дистанционного оформления кредита, когда сотрудник банка заполняет все необходимые документы и в электронном виде пересылает их клиенту. Последний подписывает их у себя на рабочем столе, и возвращает обратно. Однако стоит отметить, что практика использования электронной цифровой подписи в России пока отработана не до конца [7].

Технические возможности российских банков тоже растут быстрыми темпами. Количество счетов, к которым технически возможен доступ через Интернет или мобильный телефон растет экспоненциально:

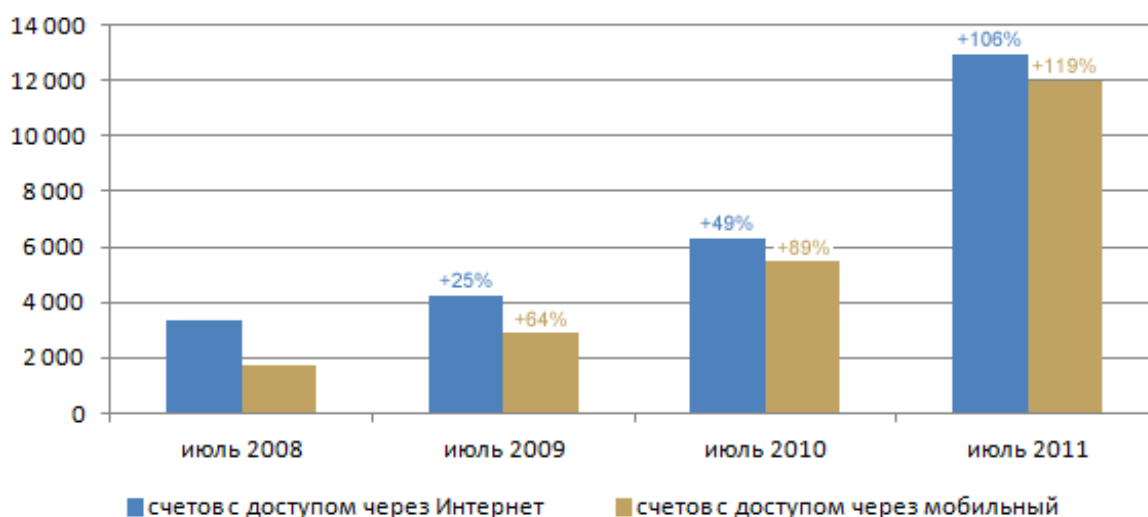


Рисунок 1. Динамика банковских счетов с доступом через Интернет и мобильный телефон

Таким образом, постепенно реализуется идея превращения любого коммерческого банка в финансовый супермаркет, в котором клиент может

приобрести необходимый пакет услуг, не прибегая к сложным манипуляциям с отдельным использованием собственных финансовых ресурсов. Время небольших специализированных банков проходит. И в современных условиях, когда стандартным набором услуг нельзя удивить искушенного потребителя, возникает потребность в создании новых, специфических, индивидуальных банковских продуктов, внедрение которых знаменует переход на новую ступень развития рынка финансовых услуг в целом.

Список литературы:

1. Банковские услуги в интернете растут быстрее Интернета/Аналитическое агентство Markswobb Rank & Report, 19.10.2011. [Электронный ресурс] Режим доступа. — URL: <http://markswobb.ru/press/blog/25.html> (дата обращения: 16.09.2013).
2. Дистанционное банковское обслуживание в 2013 году/Аналитическое агентство Markswobb Rank & Report, 14.03.2013. [Электронный ресурс] Режим доступа. — URL: http://markswobb.ru/press/blog/2095.html?sphrase_id=230 (дата обращения: 15.09.2013).
3. Дистанционное банковское обслуживание: платежный мини терминал для малого и мобильного бизнеса [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.bankdbo.ru/ustrojstva-samoobsuzhivaniya/platezhnyj-mini-terminal-dlya-malogo-i-mobilnogo-biznesa.html> (дата обращения: 14.09.2013).
4. Интернет-банкинг 2012. Новые предложения [Электронный ресурс]. — Режим доступа/ — URL: <http://info.tatcenter.ru/online/50/> (дата обращения: 15.09.2013).
5. Мобильный банк: мобильный банк VS Онлайн-банк: за кем будущее? [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.mobilebanking-sberbank.ru/blog/mobilnyj_bank_vs_onlajn_bank_za_kem_budushhee/2013-07-31-129 (дата обращения: 16.09.2013).
6. Онлайн-банкинг входит в привычку// Synovate Comcon, 20.08.2013. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=5326937> (дата обращения: 15.09.2013).
7. Сбербанк заведет видео-call-центр и ячейки с доступом по отпечатку пальца /Банки.ру: информационный портал, 21.05.2012. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=3822976> (дата обращения: 10.09.2013).
8. Чумак Н. Про разумные инновации в банковских отделениях//Журнал стратегии № 6, 17.06.2012. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.mykolachumak.com/?p=4577> (дата обращения: 15.09.2013).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛИБЕРАЛЬНАЯ МЫСЛЬ РОССИИ В ПЕРИОД ПРАВЛЕНИЯ ЕКАТЕРИНЫ II

Лабусов Максим Владимирович

*студент, факультет «Международные экономические отношения»,
ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ»,
г. Москва*

E-mail: max-lokofan09@mail.ru

Комаров Алексей Валерьевич

*научный руководитель, канд. пед. наук, доцент кафедры
«Экономическая история и история экономических учений»,
ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ»,
г. Москва*

Зарождение экономической либеральной мысли в России произошло в период правления Екатерины II (1762—1796 гг.). Значение этой теории весьма велико как для предыдущих поколений учёных, занимавшихся исследованиями экономической науки, так и для современников. Она оказала существенное влияние на политику Российской империи не только конца XVIII, но и почти всего XIX века, стала основой для исследований в области социально-экономических отношений в обществе, дала «пищу для размышлений» рационально мыслящей интеллигенции XIX и XX веков.

На направление развития вектора экономической мысли России второй половины XVIII в. оказали влияние многие экономические и геополитические факторы. На момент восхождения Екатерины Великой на престол Российская империя по многим экономическим показателям отставала от передовых стран мира: душевое производство обрабатывающей промышленности в Европе, в целом, составило 8 % по отношению к уровню Соединённого Королевства в 1900 г. (принятого за 100 %), а в России — 6 %. Усиливалось отставание от США, которые к началу второй половины XVIII века по объемам промышленного производства опережали Россию на 5 % [14, с. 64]. Рост промышленности же в начале II половины XVIII в. носил однобокий характер и в основном был ориентирован на удовлетворение военных нужд и экспорта в тех отраслях, где Россия имела абсолютные преимущества (в частности,

лесная промышленность), но не имела развитого внутреннего рынка. В этот период территория Российской империи существенно увеличилась: были присоединены Крым, Кубанские земли, части Белоруссии, Украины, Великого княжества Литовского и герцогства Курляндского. Следствием присоединения этих территорий стало расширение внутреннего рынка. Постепенно происходило осознание необходимости экономической модернизации. В то же время произошли качественные изменения во внешней торговле страны: в 1762 г. были отменены монополии, а в 1764 г. был разрешён свободный экспорт хлеба. Следствием этого стал рост зарубежного спроса на отечественную продукцию, произошло установление активного торгового баланса во внешней торговле. Важную роль в этом сыграл начавшийся в то время промышленный переворот на транспорте [7, с. 124].

Именно на такой фактической почве началось зарождение экономической либеральной мысли в России. В данной статье будут рассмотрены начальные этапы её становления, а также взгляды ученых, государственных деятелей и мыслителей на экономическое и финансовое развитие Российской империи.

Экономическая либеральная мысль России в период правления Екатерины II испытывала существенное влияние со стороны проникавших в страну идей классической политической экономии. Также развивалось понимание экономического отставания России от ведущих стран мира и необходимости его ликвидации. В связи с этим наиболее активно в данный период развивались две формы экономической мысли:

1. Университетская экономическая мысль. Это направление стало одним из основополагающих в становлении экономического либерализма в России. Ее сущность определялась особенностями первоначального накопления капитала в России (в то время этот процесс в нашей стране находился на стадии мануфактурного производства). Основой политэкономии в университетской интерпретации стала трудовая теория стоимости, разработанная основоположником этой школы, шотландским экономистом Адамом Смитом.

2. Камералистика. Во II половине XVIII века происходило поступательное формирование русской научной школы финансов. Это непосредственно повлияло на установление камералистики в качестве второго направления формирования российской либеральной экономической мысли.

Развитие этих двух форм экономического либерализма в нашей стране связано с именами таких ученых, как Христиан Шлецер и Генрих Шторх, ставшими первыми зарубежными исследователями и популяризаторами идей А. Смита в Российской империи.

Основная деятельность немецкого экономиста и юриста Христиана Шлецера (1774—1831 гг.) связана с Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова, где он читал курс «Начальные основы государственного хозяйства». Либерализм в экономических взглядах Шлецера проявился в том, что он считал накопленный капитал одним из основных инструментов в создании материальных благ в обществе. Во внешней торговле Х. Шлецер был сторонником фритредерства. Однако в некоторых вопросах он всё же придерживался консервативных позиций: в частности, он не видел будущего у мануфактур в России, выступал против передачи земли крестьянам в личную собственность.

Этнический немец Генрих Шторх (1766—1835 гг.) был сторонником идей классической политэкономии, но к некоторым из них относился критически. Шторх поддерживал введение в России частной собственности и отмену крепостного права, называя его «крепостным рабством» и главной причиной экономической отсталости России [3, с. 206]. Во внешней торговле он был сторонником фритредерства и доказал необходимость перехода нашей страны к свободной торговле на основе теории сравнительных преимуществ, главное из которых в России, по его мнению, было в земледелии. Шторх не был согласен с А. Смитом в вопросах определения производительного труда и сбережений как источника накопления богатства. Г. Шторх является автором многих трудов по экономике, наиболее известными из которых являются «Курс

политической экономии» (1815 г.) и «Размышления о природе национального дохода» (1824 г.).

Первыми российскими популяризаторами идей классической политэкономии в нашей стране считаются два профессора МГУ им. М.В. Ломоносова - Семен Десницкий и Иван Третьяков.

Семен Ефимович Десницкий (1740—1789 гг.) был ученым-правоведом, профессором юриспруденции МГУ. Он считал становление экономической свободы и института частной собственности (отмену крепостного права) приоритетными для России. Он отмечал, что каждый человек юридически должен быть свободным, обладать собственностью, которая является условием развития общества и государства [13, с. 33]. В сфере налогообложения Десницкий предлагал ввести налоги на имущество, хозяйственную деятельность, экспортируемые и импортируемые товары, аргументируя это необходимостью облегчения налогового бремени крестьянства. Он выделил четыре стадии экономического развития общества: охотничью, скотоводческую, земледельческую и коммерческую. Наиболее благоприятной в этой классификации является коммерческая стадия (в которую, по его мнению, должна была стремиться вступить Россия), т. к. только она дает возможность накапливать богатство и развивать экономику.

Иван Андреевич Третьяков (1735—1779 гг.), профессор МГУ, известный экономист и социолог, занимался исследованием вопросов экономической свободы, конкуренции, вмешательства государства в экономику, разделения труда и др. В частности, Третьяков считал, что именно разделение труда является условием повышения его производительности и снижения затрат на единицу произведённой продукции. Одним из необходимых условий для накопления богатства (одного из фундаментальных положений классической политэкономии) он считал создание банков. В вопросе денег И. Третьяков был сторонником устойчивого денежного обращения. Помимо этого, накоплению богатства и развитию экономики, по мнению Третьякова, будет способствовать новая система налогообложения, которая должна была

учитывать размеры имущества независимо от сословной принадлежности [13, с. 35]. Однако в экономических взглядах И. Третьякова присутствует и разумный консерватизм: он считал необходимым активное участие государства в экономической жизни страны и приоритет протекционизма над фритредерством во внешней торговле.

Таким образом, представители университетской экономической мысли и камералистики заложили фундамент экономического либерализма в России и существенно повлияли на направление его последующего развития.

Дальнейшее развитие экономической либеральной мысли в России связано началось с организационных преобразований в экономике, произошедших в начале правления Екатерины II.

В 1765 г. было учреждено Вольное экономическое общество, основной задачей которого стала помощь помещикам в освоении передовых методов ведения сельского хозяйства. Его деятельность также способствовала распространению в России идей экономического либерализма.

С начала 1760-х годов Российская империя стала активно применять политику фритредерства во внешней торговле. Были сняты или существенно снижены таможенные пошлины и отменена государственная монополия на производство существенной номенклатуры товаров. Эти изменения нашли отражение в общественной и научной оценке не только исследователей и мыслителей, но и государственных деятелей.

Дмитрий Васильевич Волков (1718—1785 гг.), известный государственный деятель эпохи Екатерины Великой, предлагал для повышения поступлений в государственную казну расширить торговлю сельхозпродукцией и снизить пошлины на сбыт хлеба. Он предлагал отменить государственную монополию на торговлю солью в связи с ее неэффективностью. Д. Волков поддерживал идею налаживания активных торговых отношений со странами Востока.

Другой государственный деятель второй половины XVIII века, Иван Иванович Неплюев (1693—1773 гг.), предлагал императрице Екатерине II активно развивать промышленность и торговлю и разделить все доходы

на полезные и неполезные. Первые он предполагал увеличить, а вторые оставить без изменений.

Один из советников Екатерины Алексей Петрович Мельгунов (1722—1788 гг.) говорил о необходимости государства заботиться о своём населении — производителе материальных благ. Для привлечения дополнительных средств в казну Мельгунов предлагал ввести два новых акциза: таможенный и питейный сборы.

В стороне не осталось и купечество, представители которого также внесли весомый вклад в дальнейшее развитие экономической либеральной мысли в России. Из них наибольший интерес представляют взгляды Михаила Дмитриевича Чулкова (1743—1793 гг.). Будучи сторонником экономического либерализма, он отдавал приоритет фритредерству над протекционизмом во внешней торговле; приветствовал инициативу предпринимателей и подчёркивал важность конкуренции как основного стимула их деятельности. Главным источником народного благосостояния и государственного могущества Чулков считал развитие промышленного производства [5, с. 145]. Именно развитая промышленность, по его мнению, способствовала установлению экономической независимости государства. Чулков ратовал за активное развитие денежного обращения, кредита и коммерции в России.

Во II половине XVIII века в либеральных кругах получили широкое распространение взгляды одного из главных эпигонов монаршей власти того времени, а именно Александра Николаевича Радищева (1749—1802 гг.). Одним из предметов его исследования было крепостное право как социально-экономическая проблема. А.Н. Радищев считал, что именно оно было причиной стагнации российской экономики. Здесь его взгляды схожи с взглядами представителей Вольного экономического общества. Воззрения Радищева на предмет крепостничества были отражены в его широко известном труде «Путешествие из Петербурга в Москву». Помимо крепостного права, Радищев занимался исследованием многих других экономических вопросов: так, он говорил о необходимости развития промышленности на частной основе,

в налоговой системе считал необходимым отменить петровскую подушную подать и ввести подоходно-поимущественный налог, во внешней торговле был сторонником протекционизма и установления активного торгового баланса. Он дал свое развернутое толкование таких экономических категорий, как цена и прибыль.

Рассмотрев взгляды основных представителей экономического либерализма второй половины XVIII века, необходимо понять степень практической реализации выдвинутых ими идей государственной властью.

Екатерина II, безусловно, отдавала важное место ценностям экономического либерализма в своей политике. В ее знаменитом «Наказе» были отражены взгляды некоторых либералов того времени (в частности, С. Десницкого). После восшествия на престол, она провела несколько важных преобразований. Был реорганизован Дворянский банк (его капитал был увеличен до 3 млн. рублей, стал вестись приём вкладов под 6% годовых, размер ссуд был увеличен до 15000 рублей) [5, с. 175]. Были также созданы Артиллерийский, Медный и еще несколько крупных банков. В сфере денежного обращения была проведена реорганизация Монетного двора, были выпущены первые бумажные деньги — ассигнации, была окончательно сформирована финансовая отчетность. Во внешней экономической политике произошёл переход от сильного протекционизма к умеренному. Но результаты их введения не были очень впечатляющими: новые банки превратились в завуалированную форму расхищения казенных средств, курс ассигнаций был очень неустойчивым, а переход к умеренному протекционизму не отличался плавностью и не сильно способствовал росту объемов торговли. Несмотря на все преобразования, политику, в целом, по-прежнему можно было охарактеризовать как консервативную, преимущественно ориентированную на интересы дворянства. Все еще не был решен крестьянский вопрос.

В целом, необходимо сказать, что очень активного распространения идеи экономического либерализма в период правления Екатерины II не получили, а всё же претворенные в жизнь преобразования не отличались высокой

эффективностью. Несмотря на улучшения во многих сельскохозяйственных аспектах, финансово страна по-прежнему оставалась неустойчивой. С 1762 по 1796 г. сумма расходов госбюджета составила 1,615 млрд. рублей, а доходов — всего 1,415 млрд. рублей. Обуславливали такое положение эмиссия ничем не обеспеченных ассигнаций, а затем и кредитных билетов, а также постоянные колебания курса валюты. Очень медленно дешевел кредит. На отрицательных экономических показателях сказались немодернизированная промышленность и тормозящее развитие экономики крепостное право.

Более широкое распространение и практическую реализацию идеи экономического либерализма получили в XIX в. Они существенно повлияли на вектор развития государства и стали причиной многих преобразований, так и не совершенных Екатериной Великой. Некоторые из этих предложений (активное развитие промышленности, свобода хозяйственной деятельности) стали одной из причин осуществления в России промышленной революции в 30—40-х годах XIX века. Началось преобразование отраслевой структуры экономики, был проведен ряд либеральных реформ (в том числе крестьянская). Все эти факторы способствовали становлению России как индустриально-аграрной державы. Экономическая либеральная мысль XVIII века в дальнейшем окажет влияние на развитие политической и социальной сфер жизни общества.

Список литературы:

1. Буренков В.А. История реформ в России XVIII — начала XX вв.: Учебно-методич. пособ. для студентов всех спец. / С.-Петербург. гос. ун-т технологии и дизайна. СПб. : Петербургский ин-т печати, 2004. — 142 с.
2. Гаджиев Р.М. Проблемы развития финансово-правовой мысли России XVII—XVIII вв. // Финансовое право. — 2007. — № 3. — С. 7—11.
3. Гловели Г.Д. История экономических учений: Учебное пособие для бакалавров / Г.Д. Гловели; Высшая школа экономики. М.: Юрайт, 2012. — 743 с.
4. Государева М.Ю. Личность в истории: И.И. Неплюев. Рязань: РВВДКУ, 2010. — 202 с.

5. Карамова О.В. Институциональная история экономики России в XVIII веке Московский финансово-экономич. ин-т. М.: Компания спутник, 2004. — 181 с.
6. Киселёв А.Ф. Великие государственные деятели России: Учеб. пос. для вузов и школ. М.: ВЛАДОС, 1996. — 462 с.
7. Конотопов М.В., Агапова И.И. Егоров А.Ю. История и философия экономики. М: Кнорус, 2010. — 351 с.
8. Леонтович В.В. История либерализма в России (1762—1914), М., Русский путь, 1995. — 550 с.
9. Муравьёва Л.А. Социально-экономические реформы в России (1761—1796 гг.) // Финансы и кредит. — 2008. — № 43. — С. 81—90.
10. Муравьёва Л.А. Финансовая политика Екатерины II // Финансы и кредит. — 2010. — № 22. — С. 74—79.
11. Назарова И.А. Теория и практика денежного обращения и денежных реформ в России (XVIII - первая половина XIX в.) // Вестник Моск. ун-та; Сер. 6: Экономика. — 2005. — № 5. — С. 54—70.
12. Нестеренко Е.И., Петухова Н.Е, Пляйс Я.А. История России. М., Инфра-М, 2010. — 296 с.
13. Семенкова Т.Г. История русской экономической мысли: Учебное пособие. Финансовая академия при Правительстве РФ. Каф. экономической теории. М.: Финакадемия, 1998. — 88 с.
14. Ханин Г.И. Экономика и общество России в период правления Екатерины II: прогресс или застой // Вопросы статистики. — 2011, — № 4, — стр. 64—75.

РАСКЛАД СИЛ НА МИРОВОМ РЫНКЕ НЕФТИ

Лопатина Дарья Михайловна

*студент 5 курса Школы экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета,
г. Владивосток*

E-mail: lopatinadm@gmail.com

Попова Татьяна Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры мировой экономики
ШЭМ ДВФУ,
г. Владивосток*

Нефть является уникальным природным ресурсом, который, так или иначе, используют все страны. Будучи важнейшим источником энергии, нефть стала наиболее торгуемым сырьем в мире. Мировой рынок нефти очень развит и многообразен. Расклад сил на нем обуславливается географией запасов, добычи и потребления нефти.

На конец 2012 года доказанные мировые запасы нефти составляли 1668,9 млрд. баррелей. За последние 20 лет этот показатель стремительно вырос, увеличившись примерно на 600 млрд. баррелей [3].

По состоянию на 1 января 2013 года чуть меньше 80 % доказанных запасов нефти приходится на восемь стран. Из них шесть стран входят в состав ОПЕК и лишь только две (Канада и Россия) не являются членами ОПЕК. На 12 государств, входящих в ОПЕК, приходится 72,6 % всех доказанных запасов нефти. Абсолютным лидером по доказанным запасам нефти является Ближний Восток — на его долю приходится около 48,4 % от общего объема. Уже более полувека мировая карта нефти концентрировалась вокруг этого региона. При этом около 15,9 % мировых запасов приходится на Саудовскую Аравию. Однако мировым лидером по доказанным запасам нефти по итогам 2012 года являлась Венесуэла с долей 17,8 %. На Россию приходится же 5,2 % всех запасов [3]. Мировые запасы нефти по странам приводятся в таблице 1.

Таблица 1.

Мировые запасы нефти по странам по состоянию на 01.01.2013

Страна	Запасы нефти, млрд. баррелей	% от мировых запасов
Венесуэла	297,6	17,8
Саудовская Аравия	265,9	15,9
Канада	173,9	10,4
Иран	157,0	9,4
Ирак	150,0	9,0
Кувейт	101,5	6,1
ОАЭ	97,8	5,9
Россия	87,2	5,2
Ливия	48,0	2,9
Нигерия	37,2	2,2
США	35,0	2,1
Казахстан	30,0	1,8
Катар	23,9	1,4
Бразилия	15,3	0,9
Китай	17,3	1,0
Все остальные	131,3	8,0

Источник: BP Statistical Review of World Energy June 2013

Стоит отметить, что уровень разведанных запасов за последние 30 лет увеличился в два раза. При этом основной прирост приходится на долю указанных выше стран. Так, в середине 1980-х гг. нефтяные запасы Саудовской Аравии выросли в полтора раза, а в конце 2000-х гг. Венесуэла открыла ряд крупных месторождений в бассейне реки Ориноко, что позволило ей выйти на первое место.

Тенденцией последних лет является снижение запасов легкодоступной нефти и сокращение числа открываемых месторождений с легкодобываемой нефтью, особенно крупных. На сегодняшний день около 80 % добываемой нефти приходится на месторождения, открытые до 1973 года.

География добычи нефти в мире обуславливается ее фактическим наличием в стране, качеством и уровнем нефтяных запасов, а также техническими возможностями регионов, располагающих нефтяными запасами, осуществлять добычу и транспортировку нефти. Кроме этого оказывает

влияние уровень экономического развития страны и степень диверсификации отраслей ее промышленности.

Добыча нефти сосредоточена в странах, обладающих значительными запасами этого ресурса. Однако не всегда уровень имеющихся запасов нефти отражает объем и темп ее добычи. Так основной нефтедобывающей страной является Саудовская Аравия — 13,3 % от мировой добычи, при этом по уровню запасов она находится на втором месте — 15,9 % мировых запасов. В то же время Венесуэла, обладающая крупнейшими запасами нефти (17,8%) находится лишь на восьмом месте по объему ее добычи — 3,4 %. На втором и третьем месте по уровню добычи нефти находятся Россия (12,8 %) и США (9,6 %), располагающие только 5,2 % и 1,9 % мировых запасов нефти соответственно. Ниже приведена таблица основных нефтедобывающих стран.

Таблица 2.

Добыча нефти крупнейшими нефтедобывающими странами в млн. тонн

Страна	2009	2010	2011	2012	% от мировой добычи в 2012 году
Саудовская Аравия	462,7	466,6	525,8	547,0	13,3
Россия	494,2	505,1	511,4	526,6	12,8
США	328,6	339,9	352,3	394,9	9,6
Китай	189,5	203,0	203,6	207,5	5,0
Канада	156,1	164,4	172,6	182,6	4,4
Иран	204,0	207,1	205,8	174,9	4,2
Мексика	147,4	146,3	145,1	143,9	3,5
Венесуэла	149,9	142,5	139,6	139,7	3,4

Источник: BP Statistical Review of World Energy June 2013

Среди стран лидерами по добыче нефти в последнее время являются Саудовская Аравия, на которую приходится около 13 % от добываемого объема, и Россия, чья доля в мировой добыче составляет более 12 % в год. На долю двух крупнейших нефтедобытчиков — России и Саудовской Аравии — приходится четверть суммарного объема добытой нефти. В 2009—2010 годах Россия опережала Саудовскую Аравию по уровню добычи нефти, но с 2011 году вновь уступила ей первенство.

Однако сегодня мы наблюдаем кардинальное изменение ситуации: центр добычи нефти смещается в западное полушарие. Новая энергетическая ось проходит от канадской провинции Альберта, через американские штаты Северная Дакота и Южный Техас и до огромных залежей нефти, обнаруженных у побережья Бразилии. Почти одновременно началась активная разработка нефтеносных песков в Канаде, освоение подсоловых месторождений в Бразилии и нефти в малопроницаемых слоях в США.

За предыдущее десятилетие нефтеносные пески Канады превратились в один из крупных источников добычи нефти не только для нее самой, но и для США. Сейчас добыча в Канаде составляет 3,7 млн. баррелей в день — больше чем экспорт нефти из Ливии до начала гражданской войны [3]. В прошлом году ей удалось занять пятое место в мире по добыче нефти после Саудовской Аравии, России, США и Китая, опередив Иран.

Одновременно прорывы в разработке новых технологий геологоразведки и добычи позволили обнаружить значительные запасы нефти в бассейнах Santos и Campos вдоль южного побережья Бразилии, недоступные ранее из-за того, что находятся на большой глубине и под почти двухкилометровым слоем соли. А несколько лет назад в бассейне Santos было обнаружено гигантское шельфовое месторождение Libra, которое может содержать до 15 млрд. баррелей нефти, что сделает его крупнейшей находкой в Западном полушарии за последние 34 года. При условии реализации существующих планов к 2020 г. добыча нефти в Бразилии достигнет 5 млн. баррелей в день, что несколько больше 50 % текущей добычи в Саудовской Аравии.

Третий новый источник нефти был освоен в самих Соединенных Штатах: внедрение горизонтального бурения и технологии гидроразрыва пласта сделало рентабельным извлечение нефти из малопроницаемых слоев. Добыча нефти таким способом породила множество разговоров вокруг сланцевой революции в США. Многие страны высказывают свои опасения относительно появления сильного конкурента на рынке нефти, и этому есть свои объективные причины. Еще 9 лет назад в нефтеносном районе Баккен (штат Северная Дакота) на глубине нескольких километров началась опытная добыча нефти из сланцев.

Сегодня же ее объем достиг почти полумиллиона баррелей в день. В результате штат вышел на четвертое место по добыче нефти в стране и на первое по сокращению безработицы.

Добыча нефти из сланцев в США развивается быстрыми темпами: в 2000 г. добывалось всего 200 000 баррелей в день, а в 2020 г. планируется добывать уже около 3 млн. баррелей в день или 30 % всей добычи в стране [1]. Активная добыча сланцевой нефти позволила США в первой половине 2013 г. производить 9,9 млн. баррелей нефти в день, что почти достигло российского уровня в 10,8 млн. баррелей в день [2]. Однако, несмотря на впечатляющие темпы добычи, которые демонстрирует США, многие ученые говорят о низкой рентабельности производства сланцевой нефти из-за слишком высокой стоимости ее добычи. Целесообразной добычу нефти из сланцев делают только высокие цены на углеводороды на мировых рынках, резкое же их снижение станет решающим фактором для сланцевого бурения. Помимо этого американские компании инвестируют в производство, накапливая долг.

При этом США остается основным потребителем нефти в мире. С одной стороны, это свидетельствует о развитости промышленности США, с другой стороны — о ее «нефтяной зависимости». Несмотря на сланцевую революцию, в США добывают лишь около 9% от мировой добычи нефти в год, в то время как потребляют около 20 % [3].

На втором месте по потреблению нефти находится Китай (9 %), на третьем — Япония (6 %). Россия делит четвертое место с Германией и Индией (более 3 %) [3]. В таблице 3 представлены десять крупнейших стран-потребителей нефти.

Основными потребителями нефти стабильно остаются промышленно развитые страны. Однако последние годы стремительно увеличивается потребление развивающимися странами и в процентном соотношении уровень их потребления уже почти приблизился к уровню развитых стран. Так в странах ОЭСР в 2012 году потребление нефти составило 50,2 % мирового объема, в остальных же странах — 49,8 % [3]. За последние два десятилетия вырос уровень потребления в странах Азиатско-Тихоокеанского региона.

Стремительно и стабильно увеличивается потребление углеводородов в быстроразвивающемся Китае, занимающим второе место в мире по объемам потребления нефти. Так в 2012 году темп роста потребления нефти составил 5 % по сравнению с предыдущим годом.

Таблица 3.

Крупнейшие страны-потребители нефти в млн. тонн

Страна	2009	2010	2011	2012	% от мирового потребления в 2012 году
США	833,0	847,4	837,0	819,9	19,8
Китай	388,2	437,7	459,4	483,7	11,7
Япония	202,2	204,1	204,7	218,2	5,3
Индия	152,6	155,4	163,0	171,6	4,2
Россия	128,2	134,3	143,5	147,5	3,6
Саудовская Аравия	115,8	123,5	124,8	129,7	3,1
Бразилия	109,1	118,3	12,2	125,6	3,0
Германия	113,9	115,4	112,0	111,5	2,7
Южная Корея	103,7	105,0	105,8	108,8	2,6
Канада	95,2	101,0	105,0	104,3	2,5

Источник: BP Statistical Review of World Energy June 2013

Таким образом, основные запасы нефти сосредоточены на Ближнем Востоке. Однако за последнее время были открыты новые крупные месторождения в Бразилии и Канаде, была осуществлена сланцевая революция в США. Все это смещает центр добычи в западное полушарие. США продолжает оставаться абсолютным лидером по потреблению нефти, тем не менее, основной рост спроса приходится на развивающиеся страны, в особенности Китай.

Список литературы:

1. Россия на мировом рынке нефти // Журнал «Экономика России: XXI век». — № 12. — 2011.
2. США обогнали Россию по производству нефти и газа // Ежедневная деловая газета «РБК daily». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rbcdaily.ru/world/562949989122544> (дата обращения: 04.10.13).
3. BP Statistical Review of World Energy June 2013.

ИННОВАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ БАНКОВ

Миненко Ксения Леонидовна

*студент 4 курса, кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита,
Дальневосточный федеральный университет,
г. Арсеньев
E-mail: leon-ksuta@mail.ru*

Ишкова Светлана Васильевна

*научный руководитель, старший преподаватель,
Дальневосточный федеральный университет,
г. Арсеньев
E-mail: ripwis@mail.ru*

Банковская система является одной из важнейших структур рыночной экономики. Банки в качестве финансовых посредников привлекают капиталы хозяйствующих субъектов, сбережения населения и иные денежные средства, выдают деньги заемщикам во временное пользование, оказывают прочие услуги.

Банковская услуга — это предоставляемые клиентам финансовые, технологические, интеллектуальные виды деятельности банка, которые сопровождают и оптимизируют проведение банковских операций [1, с. 6].

На сегодняшний день основным направлением преобразований в данном секторе стало предоставление базового комплекса услуг. В последние годы наблюдается тенденции динамичного развития рынка банковских услуг, увеличилась эмиссия пластиковых карт, выросли объемы кредитных и фондовых операций.

Развитие банковских услуг привело к тому, что клиент получил возможность управлять собственным счетом в банке на расстоянии посредством:

1. Систем «Клиент-Банк» (PC-banking, direct banking, home banking, интернет-банкинг) — системы, доступ к которым осуществляется через персональный компьютер.

2. Систем «Телефон-Банк» (телефонный банкинг, мобильный банкинг, sms-управление) — возможность управлять банковскими счетами, картами и иными банковскими продуктами через мобильный телефон.

3. Использования банкоматов (ATM-banking) и устройств банковского самообслуживания (платежных терминалов, POS-терминалов и информационных киосков) [4, с. 6].

Интернет-банкинг сам по себе уже не является инновацией, однако инновациями в данной сфере можно считать предложение клиентам планирования бюджета и систем контроля над расходами. Такая система есть в ТКС-банке, работают над ее внедрением Сбербанк, Связной банк. Еще одной новацией являются условно программируемые платежи (автоплатежи) через интернет-банк, когда клиент может установить список поставщиков услуг и лимиты, в пределах которых оплата будет производиться автоматически.

Мобильный банкинг развивается в двух главных направлениях — расширения операционных возможностей и повышения защищенности. Так, в передовых мобильных банках предусмотрены дополнительные средства защиты от мошенничества. Например, «Альфа-ключ» — мобильное приложение, которое генерирует одноразовые пароли для проведения платежей в интернете. Является альтернативным способом получения одноразовых паролей без отправки SMS-сообщений [2, с. 6]. В настоящее время приложения для мобильного банкинга — это те же приложения для интернет-банкинга, но с урезанным функционалом, адаптированные под небольшие экраны смартфонов и под операционные системы, устанавливаемые в мобильных устройствах. В будущем мобильный банкинг обещает быть более функциональным, поскольку мобильные устройства позволяют с удобством для клиента использовать технологии голосовой идентификации, создавать шаблоны платежей с помощью встроенной в телефон камеры и др. Одну из самых продвинутых систем мобильного банкинга разработал Сбербанк России. Посредством этой системы пользователи могут оплачивать билеты в театры и на концерты через сайт «Кассир.ру», покупать билеты

на Аэроэкспресс и осуществлять переводы в благотворительный фонд помощи детям. Еще одно мобильное приложение «Сбербанк онлайн» для iPhone, iPad, Android и Windows Phone позволяет совершать различные финансовые операции и автоматические регулярные платежи, оплачивать услуги в один клик с помощью созданных шаблонов, устанавливать лимит на каждый банковскую операцию и др. [6, с. 6].

Банкоматы и терминалы подключаются к инновационному процессу как часть банковских офисов нового формата. Устройства с расширенным функционалом, подключенные к должным образом настроенным банковским базам данных, позволяют оплатить большое число услуг, а также способны сделать персонализированное кредитное предложение, основанное на анализе поведения клиента. Дальнейшее развитие устройств самообслуживания предполагает внедрение биометрической идентификации клиента. Системы с биометрической идентификацией распознают пользователей по отпечаткам пальцев, рисунку кровеносных сосудов на руках или сетчатке глаз. На данном этапе внедрением подобной системы занимается «Лето банк», однако пока в России этот сервис предлагается только в «офисах будущего». Популярность услуг платежных терминалов и банкоматов в России в зависимости от региона представлена на рисунке 1:



Рисунок 1. Популярность терминалов в России

Судя по представленному рисунку, услуги платежных терминалов наиболее популярны в Сибирском округе, наименее — в Дальневосточном.

Стоит отметить, что одним из немногих банковских продуктов, который можно назвать инновационным, является виртуальная карта. Такие карты, как и обычные, выпускаются банками в партнерстве с платежными системами и используются в основном для платежей в интернете. Их главным преимуществом является то, что они позволяют не раскрывать реквизитов основных карт при покупках через интернет, что повышает уровень безопасности проводимых операций. Самыми популярными картами являются MasterCard и VISA Virtual. Первые виртуальные карты в России предложил клиентам Альфа-банк, сейчас их выпускает все большее число кредитных учреждений. По данным Киви-банка, с момента запуска продукта в конце 2009 года было эмитировано почти 3 млн. виртуальных карт [8, с. 6].

В основном же новые банковские продукты и услуги в России строятся не на качественно новых технологиях, а являются комбинацией нескольких известных технологических решений. К подобным комбинациям можно отнести универсальные электронные карты, внедрение которых предусмотрено законом о госуслугах. Они дают доступ к государственным и муниципальным услугам. Кроме того по желанию клиента на такой карте может быть размещена электронная подпись, что позволяет использовать ее как полноценный платежный инструмент. Посредством электронного банковского приложения в платежной системе «Универсальной электронной карты» можно совершать операции по оплате товаров и услуг в розничной сети и сети Интернет; по снятию наличных денежных средств и иным банковским услугам. Банками-эмитентами карт, имеющими технологическую готовность обеспечить предоставление услуг в рамках электронного банковского приложения, являются: Сбербанк, «Уралсиб», «Ак Барс» и «Московский индустриальный банк». На протяжении всего текущего года наблюдается рост популярности данного вида карт. Планы по их внедрению осуществляются в большинстве регионов России на 100 %.

У каждого клиента есть свой ряд предпочтений, на которые он ориентируется при выборе банковских услуг. Это: известность, срок существования и надежность банка, культура обслуживания, территориальная близость, широкие реклама деятельности банка и сеть банкоматов, наличие мобильного и интернет-банкинга. Динамика факторов, влияющих на выбор услуг, представлена на графике 1.

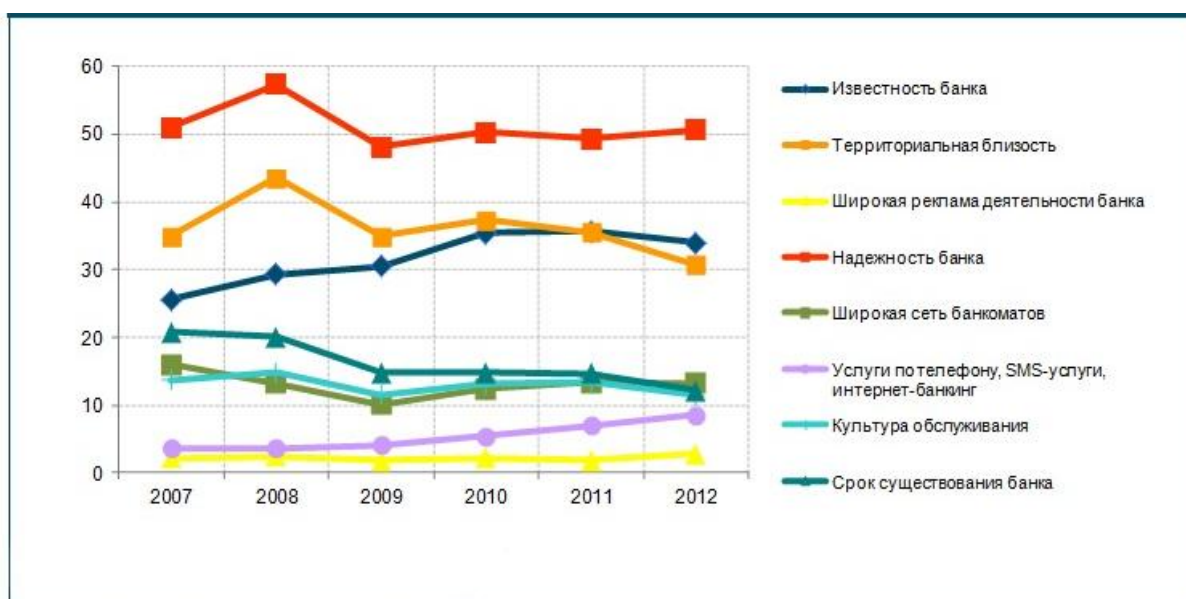


График 1. Факторы выбора банковских услуг



Источник: Synovate Comcon. OnLife. I полугодие 2013 г.

График 2. Барьеры к пользованию онлайн-банкингом (в %)

Исходя из данных, отображенных на графике 2, можно сделать вывод о возрастании интереса клиентов к мобильному, интернет- и SMS-банкингу. Однако, пользователи интернет-банкинга отмечают ряд «барьеров» к пользованию данной услугой, представленных на графике 2.

Таким образом, существенной проблемой для пользователей является предполагаемая ненадежность и собственное нежелание или отсутствие времени для изучения онлайн-сервисов [7, с. 6].

На основании выше изложенного можно сделать вывод о том, что банковский сектор является самым быстро развивающимся сектором, особенно в области инноваций. Спектр банковских услуг достаточно широк, что позволяет удовлетворить запросы любого клиента. Несмотря на некоторые проблемы, отмечаемые клиентами, популярность услуг возрастает в первую очередь за счет удобства их использования и постоянного обновления.

Список литературы:

1. Банковские услуги [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://dengibiz.ru> (дата обращения 05.09.2013).
2. Вклад в высокие технологии [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: www.alfabank.ru/press/monitoring/ (дата обращения 10.09.2013).
3. Мобильный банкинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=3969898> (дата обращения 03.09.2013).
4. Новейшие банковские технологии [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.tribuna.ru/publications/bankovskie-tehnologii.html> (дата обращения 03.09.2013).
5. Онлайн-банкинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=5326937> (дата обращения 05.09.2013).
6. Официальный сайт Сбербанка России [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://sberbank.ru/> (дата обращения 08.09.2013).
7. Проект Synovate Comcon [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.comcon-2.ru/default.asp?artID=2838> (дата обращения 15.09.2013).
8. Электронный банкинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://bankir.ru/tehnologii/s/vklad-v-vysokie-tehnologii-10001825> (дата обращения 03.09.2013).

ЕДИНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС И МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ ТРАНСПОРТНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАДАЧ

Михайлова Анастасия Игоревна

студент 5 курса, кафедра «Экономика и организация производства»

МГМУ «МАМИ»,

г. Москва

E-mail: nastya7427@mail.ru

Макаренко Сергей Александрович

научный руководитель, ст. преподаватель,

кафедра «Экономика и организация производства» МГМУ «МАМИ»,

г. Москва

В хозяйственной деятельности предприятий часто используют систему «точно в срок», чтобы обеспечить синхронизацию работы производства и транспорта. Она представляет собой систему производства и поставки комплектующих или товаров в нужное место в необходимом количестве и в нужное время.

Чтобы доставка груза была выполнена точно в срок с минимальными затратами необходимо разработать единый технологический процесс, основанный на интеграции производства, транспорта, снабжения и сбыта. Единый технологический процесс будет эффективен только тогда, когда будет реализовано взаимодействие всех элементов логистической системы. Разработка такого единого технологического процесса связана с решением различных задач: разработка единых графиков операций, обеспечение ритмичности погрузочно-разгрузочных работ во времени и пространстве, согласованных графиков движения на всем пути следования груза.

Важной задачей логистов является оптимизация транспортных процессов, а так же всех процессов, сопряженных с транспортными. Необходимо рассматривать весь процесс перевозки: от грузоотправителя до грузополучателя, в том числе хранение, грузопереработку, упаковку, распаковку и информационные потоки.

Все технологические процессы логистической системы имеют особенности, которые зависят от транспортной характеристики груза, его количества, вида транспорта и его провозной способности и др.

Транспортировка является логистической функцией, связанной с перемещением груза конкретными транспортными средствами с использованием определенной технологии в цепи поставок и состоящую из логистических операций и функций, включая экспедирование, грузопереработку, упаковку, таможенные процедуры, страхование рисков и др.

Существуют следующие виды транспорта:

- железнодорожный;
- автомобильный;
- внутренний водный;
- воздушный;
- морской;
- трубопроводный.

Каждый вид транспорта обладает конкретными особенностями, достоинствами и недостатками, определяющие возможности его использования в логистической системе. Все решения, касательно выбора транспорта для доставки грузов в цепях поставок, принимаются логистами в соответствии с видом перевозимого груза и разработанной схемой доставки.

В большинстве случаев используют два и более вида транспорта. Например, так как многие виды транспорта имеют низкую возможность доставки к пунктам потребления, обычно приходится использовать также и автомобильный транспорт, обладающий высокой маневренностью. То есть большая роль в логистической системе принадлежит именно автомобильному транспорту, являющимся наиболее гибким и мобильным компонентом транспортного комплекса. Благодаря его использованию возможна реализация современных логистических технологий (например, JIT) в системах снабжения и сбыта товаропроизводителей.

Транспортный процесс является непрерывным, начиная от загрузки подвижного состава у грузоотправителей, выполнение перевозки грузов разными видами транспорта и заканчивая доставкой груза к складам грузополучателей при соблюдении сохранности груза и выполнении сроков доставки.

Для организации перевозок грузов в смешанном сообщении требуется точная координация на всех этапах перевозочного процесса.

Перевозки грузов в смешанном сообщении — перевозки, осуществляемые несколькими видами транспорта. Данный вид перевозки влечет за собой значительные транспортные расходы, поэтому необходимо разрабатывать рациональные схемы перевозок.

Чтобы скоординировать взаимодействие различных видов транспорта приходится учитывать выполнение многих задач: оптимизацию погрузочно-разгрузочных работ при перевалке грузов, информационное обеспечение перевозок грузов, разработку точного расписания маршрутов грузопотоков на всем пути следования и др.

Для эффективного управления транспортировкой и экономии ресурсов предприятия логист должен решать значительное число оптимизационных задач. Помимо этого, при использовании концепции интегрированной логистики необходимо применение комплексного планирования транспортировки с другими логистическими функциями: совместное планирование транспортных процессов на различных видах транспорта в случае с интермодальными и мультимодальными перевозками; согласование и совместное планирование с другими логистическими функциями (упаковкой, складированием, грузопереработкой и др.

Транспортно-производственная задача — такая оптимизационная задача, при которой устанавливается объем производства на предприятии и разрабатывается оптимальная схема размещения заказов.

Существует два основных метода решения транспортно-производственных задач: метод линейного программирования (область математического программирования) и эвристический метод.

Эвристические методы основываются на использовании интуиции, экспертных оценок и опыта. Их применяют для количественного измерения настоящих событий, а также для прогнозирования их будущего развития.

С помощью эвристических методов определяются пункты размещения распределительных центров. Они эффективны для решения многих практических задач и дают близкие к оптимальным результаты при невысокой сложности вычислений. Однако все же при данном методе не обеспечиваются оптимальные решения. Эвристический метод предполагает предварительный отказ от очевидно неподходящих вариантов. Опытный специалист анализирует транспортную сеть района, а непригодные, на его взгляд, варианты он исключает. Таким образом, проблема уменьшается до оптимального числа альтернатив, которые предстоит оценить. Для решения спорных вариантов специалист выполняет расчеты с помощью ЭВМ.

Методы линейного программирования основываются на решении экстремальных задач, при которых определяются максимум и минимум некоторых функций переменных величин. Данные методы основаны на решении линейных уравнений, когда зависимость между изучаемыми явлениями строго функциональна. В экономике с помощью методов линейного программирования решаются не только транспортные задачи, но и, например, можно вычислить общую производительность оборудования или определить оптимальное распределение ресурсов. Многие задачи являются многовариантными и приходится выбирать наилучшие. В связи с этим появилась потребность в применении математических методов и современной вычислительной техники. Данные методы называются математическим программированием.

К настоящему моменту произошло слияние транспорта с процессом производством и распределения, то есть появилась единая система «производство-транспорт-распределение-сбыт». Транспортная логистика ориентирована на поиск оптимальных решений процесса движения матери-

ального потока в сфере производства и обращения с использованием критерия минимума затрат на производство, транспортировку, снабжение, сбыт.

При внедрении единого технологического процесса происходит уменьшение задержек грузов в пути, сокращение простоев подвижного состава, синхронизация работы всех видов транспорта. Специалист при составлении единого технологического процесса должен учитывать такие вопросы как оптимизация распределения объемов перевалки грузов в узле между пунктами взаимодействия, разработка технологических графиков всех элементов транспортного узла, количество транспортных единиц и груза, расчет интервалов прибытия и отправления транспортных средств, расчет пропускных или провозных способностей различных видов транспорта и др.

Необходимо уделять достаточно внимания на работу транспортно-экспедиционного обеспечения распределения (работа транспорта, управление запасами) и повышать эффективность доставки. Доставка включает в себя перевозку и выполнение ряда работ и услуг, обеспечивающих эффективное распределение товаров.

Таким образом, результатом внедрения единого технологического процесса, основанного на взаимодействии производства, транспорта, снабжения и сбыта, станет то, что необходимый груз будет доставлен точно в срок с наименьшими затратами.

Список литературы:

1. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник. М.: Дашков и К°, 2011. — 484 с.
2. Моисеева Н.К. Экономические основы логистики: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2008. — 528 с.
3. Неруш Ю.М. Логистика: Учебник. М: Проспект: Велби, 2008. — 517 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЯПОНСКОЙ СИСТЕМЫ «5S» В ПРОЦЕССЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ

Моисеева Мария Владимировна

*студент 5 курса, кафедра экономики промышленности СГЭУ,
г. Самара*

E-mail: moiseeva.maria.vladimirovna@yandex.ru

Чудаева Александра Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СГЭУ,
г. Самара*

Бюджетирование — это своеобразный инструмент управления предприятием, включающий в себя планирование деятельности предприятия, а именно процесс формирования и утверждения бюджетов, контроль исполнения и анализ [3, с. 5].

Основная цель системы бюджетирования — это повышение эффективности деятельности компании.

В систему бюджетирования входит планирование, организация, контроль и анализ основных показателей деятельности предприятия, выявление «узких» мест в работе предприятия и разработка мероприятий по их устранению.

Внедрение и применение системы бюджетирования необходимо и целесообразно, т. к. данная система обладает рядом значительных преимуществ:

1. вырабатывает четкое понимание и возможность анализа вариантов достижения поставленных целей;

2. возможен выбор оптимального варианта финансового плана по заданным критериям: прибыль, поступления денежных средств, структура баланса и т. д.;

3. бюджет принимается с учетом прогноза внешних и внутренних изменений;

4. возможность своевременной диагностики вероятной проблемы и выхода из сложной ситуации;

5. возможность оценки эффективности деятельности подразделений предприятия;

6. позволяет эффективно управлять не просто отдельными видами бизнеса, а сочетанием различных видов деятельности.

Внедрение и применение данной системы происходит значительно недавно, но, если вспомнить историю СССР, то можно увидеть, что система бюджетирования начала применять уже тогда. Однако, эта система была полностью подчинена государственным структурам и все планы посылались организациям «сверху», а предприятиям следовало лишь выполнять предписанные инструкции и планы.

В современной России государство является лишь «смотрителем», который на законодательном уровне разрабатывает методики, которые являются ориентиром для предприятий. Предприятиям, в свою очередь, предоставляется возможность самостоятельно регулировать свою деятельность, рационализировав использование имеющихся ресурсов для максимизации прибыли и уменьшения затрат.

Таким образом, система бюджетирования — необходимая мера на предприятии, при помощи которой организация может эффективно осуществлять свою деятельность и добиваться поставленной цели, оправдывая вложенные в нее средства.

По мнению Стахановой Елены Владиславовны, заместителя руководителя Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка, с 1999 по 2004 гг. начальник отдела Управления финансов и инвестиций, начальник отдела Управления экономики и финансов, заместитель начальника Управления финансов, заместитель начальника Управления экономики и финансов, начальник Управления финансов Государственного комитета Российской Федерации по рыболовству, существуют некие причины и факторы, которые осложняют работу системы бюджетирования, в следствие чего она не реализуется в полном объеме и не приносит те результаты, которые способна приносить.

1. Слабый менеджмент и слабый контроль за реализацией;

2. Большой объем плохой и бесполезной информации;
3. Внутренняя среда характеризуется наличием ряда барьеров, препятствующих генерированию информации организации;
4. Отсутствие разделения труда при внедрении и осуществлении процесса бюджетирования и другие [1, с. 27].

Для организации системы бюджетирования на предприятии и правильного ее функционирования необходимо создавать определенную «атмосферу» на предприятии, которая позволила бы улучшить работу всего коллектива и принесла бы положительные результаты.

В зарубежной практике мы наблюдаем взаимосвязь между показателями эффективности работы предприятия и его трудовым коллективом (человеко-ориентированный подход). Хорошо сложенная работа трудового коллектива — это огромный положительный эффект в достижении поставленных целей и решении задач.

Для организации работы коллектива необходимо система мер и мероприятий по их подготовке. В российской практике, существует малое количество методик, которые позволили бы организовать сложенную работу предприятия, начав с улучшений в трудовом коллективе.

На сегодняшний день, существует японская методика, позволяющая провести изменения в рабочем пространстве, которые в конечном итоге могут привести к улучшению всей организационной структуры и повышению эффективности деятельности предприятия.

Система 5 «S» — это эргономичная организация рабочего места (рабочего пространства), основанная на визуализации. Она помогает улучшить корпоративную культуру, повысить производительность труда и сократить потери. Получила свое название от пяти принципов, каждый из которых начинается с буквы «С».

1S — Seiri (Sorting) — Сортировка: необходимо отделить постоянно используемые инструменты, детали и документы от редко используемых или ненужных.

2S — Seiton (Straighten or Set in Order) — Систематизация (рациональное расположение): располагаем и маркируем оставшиеся после сортировки детали и инструменты на рабочем месте так, чтобы ими было удобно работать, но трудно потерять.

3S — Seiso (Sweeping) — Содержание в чистоте (уборка) прежде всего для максимально раннего выявления и устранения проблем.

4S — Seiketsu (Standardizing) Стандартизация: для поддержания рабочих мест в отличном состоянии необходимо регулярно выполнять первые 3S.

5S — Shitsuke (Sustaining) Соблюдение и совершенствование. Превращение в привычку установленных процедур и их совершенствование [2, с. 32].

Уникальность концепции 5S состоит в том, что выполнение всех принципов предполагает систематический подход. Кроме всего перечисленного, система 5S помогает вовлекать всех работников в процесс улучшений.

Выполнение этих правил является предпосылками для производства высококачественной продукции на базе высокой производительности.

Как показывает практика, уже во время выполнения пилотного проекта персонал чувствует пользу для себя и начинает менять свое отношение к технологии. Люди начинают мыслить позитивно, т. е. оценивать, насколько практичны и выгодны их действия.

Происходит постепенное переосмысление собственной регулярной деятельности, возникают следующие вопросы:

- Сколько времени я трачу на поиск нужной мне информации или предмета?
- Какой документ или предмет можно переставить на своем рабочем пространстве чтобы пользоваться им еще эффективнее?
- Для чего нужен этот документ?
- Какие предложения я могу дать по усовершенствованию деятельности организации? и т. д.

Все эти вопросы и «новое» поведение, стремление получить более высокую оценку во время аудиторских проверок провоцирует выброс

эндорфинов в кровь. Тем самым люди вливаются в процесс непрерывного совершенствования.

Применение данной системы позволит совершить определенный прорыв в организации труда на предприятии, что в конечном итоге приведет к качественным и количественным изменениям организации.

Система 5S имеет ряд неоспоримых преимуществ:

- доступность и понятность информации;
- гибкость в управлении;
- рациональное использование рабочего времени и пространства;
- возможность быстрого реагирования на изменения;
- избежание совершения возможных ошибок;
- отлаженная работа.

Существенные преимущества, которыми обладает система 5S, позволяет применять данную систему на российских предприятиях.

Пример предприятия, которое применяет систему 5S — ОАО «Заволжский моторный завод», ведущий российский производитель двигателей внутреннего сгорания. Завод производит свыше 80 модификаций двигателей для автомобилей Горьковского, Ульяновского и Павловского автозаводов.

Внедрение новой системы способствовало тому, что темп сборки моторов на заводе вырос на 30% за счет повышения производительности труда рабочих. Значительно улучшены показатели по качеству двигателей, поставляемых автозаводам.

Применение системы 5S позволило предприятию совершить качественные изменения, которые вывели его на новый уровень.

Достаточно весомую долю в получение экономии внесли рационализаторы предприятия рабочие и инженеры, которые получили реальную мотивацию для оптимизации своего труда.

Применение данной системы в процессе бюджетирования позволит предприятию организовать и усовершенствовать систему планирования, анализа и контроля за финансовыми, материальными и трудовыми ресурсами.

Внедрение системы 5S в процесс бюджетирования обусловлено, прежде всего, изменениями, которые произойдут в организации процесса бюджетирования (табл.1).

Таблица 1.

Использование системы 5S в процессе бюджетирования

Принцип системы	Реализация, применительно к бюджетированию	Результаты внедрения и реализации данного принципа
Сортировка	создание ЦО по факту, а не про запас; решается вопрос «создавать систему полностью со всеми элементами или постепенно добавлять их в процессе работы»	возможность легко и быстро добавлять нужные элементы системы в случае необходимости; быстрый поиск необходимой информации в папках системы
Систематизация	упорядоченное расположение файлов по названию и содержанной в них информации; разработка алгоритма поиска информации «прямым» путем	быстрый доступ к управлению процессом; «иметь все необходимое на расстоянии вытянутой руки»; установление параметров в бюджете
Содержание в чистоте	избегать создания вспомогательных папок и их дальнейшее хранение в системе; контроль и анализ показателей; по возможности убирать ненужные файлы, т. е. избавляться от «мусора»	устранение всевозможных мелких неполадок в работе системы; ускорение работы в целом
Стандартизация	разработка некоего стандарта «уборки» информации, т. е. алгоритм работы с отчетами на своем рабочем месте	поддержание порядка в бюджетной документации и хранение необходимой информации
Соблюдение и совершенствование	регламентация деятельности простыми понятными правилами, которые легко выполнять, но сложно нарушить; внедрение новых разработок в систему, способных привести ее на новый уровень	строгое соблюдение разработанных правил; возможность быстрого реагирования на изменения, происходящие во внутренней и внешней среде

Необходимо также понимать, что применение системы 5S возможно и целесообразно в ее первоначальном виде, т. е. необходимо проводить преобразования в строгой последовательности, согласно созданному порядку. Ведь каждый компонент системы является саморазумеющимся началом последующего.

Необходимо пройти все «ступени» данной методики от «сортировки» до «совершенствования», чтобы достичь желаемого результата, используя все преимущества и особенности данной системы.

Анализ литературы и материалов Интернет источников не позволяет утверждать, что данная система используется на российских предприятиях. Использование системы 5S на предприятиях носит характер «бережливого производства», который затрагивает все процессы деятельности организации, а применение ее в процессе бюджетирования является более специфичным.

Для повсеместного применения данной системы на предприятиях с разработанным процессом бюджетирования необходимо следующее:

Во-первых, разработать методологию, а именно алгоритм внедрения системы 5S в процесс бюджетирования.

Во-вторых, необходимо четко прописать результаты от внедрения данных принципов, которые могут быть получены в результате внедрения данной системы.

В-третьих, привлечь трудовой коллектив в процесс создания конкурентоспособного предприятия на основе его вовлеченности в процесс совершенствования системы бюджетирования.

В-четвертых, процесс бюджетирования необходимо рассматривать не только как выполнение четко поставленной цели, а как процесс непрерывного улучшения и совершенствования.

Список литературы:

1. Стаханова Е.В. Основные проблемы при внедрении системы бюджетирования в компании // Вестник Астраханского государственного технического университета. — 2007. — № 4.
2. Хироюки Х. 5S для рабочих: как улучшить свое рабочее место. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2007. — 168 с.
3. Щиборщ К.В. Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России. М.: Дело и Сервис, 2005. — 544 с.

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ РИСК — МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЕ МАШИНОСТРОЕНИЯ

Морозова Ольга Алексеевна
студент 5 курса, кафедра ЭОУ,
Балаковский институт техники, технологии и управления
(филиал) ФГБОУ ВПО Саратовский государственный технический
университет имени Гагарина Ю.А.,
г. Балаково
E-mail: olg7086162@yandex.ru

Кочеваткина Элина Фаритовна
научный руководитель, канд. экон. наук, кафедра ЭОУ,
Балаковский институт техники, технологии и управления
(филиал) ФГБОУ ВПО Саратовский государственный технический
университет имени Гагарина Ю.А.,
г. Балаково

В рыночных условиях осуществление производственно-хозяйственной деятельности всегда сопровождается возможностью возникновения рисков различного характера, которые могут оказать негативное влияние на процесс производства продукции и финансовые результаты.

Любой экономический субъект в процессе своей деятельности сталкивается с различными рисками и, соответственно, вырабатывает свои собственные меры противодействия рискам и минимизации негативных последствий их наступления. К сожалению, эти меры носят реагирующий характер, т. е. осуществляются при наступлении рискованного события. А для обеспечения финансово-экономической безопасности на уровне предприятия необходима разработка и внедрение рациональной системы риск-менеджмента.

Безусловно, функционирование в организационно-управленческой структуре предприятия системы управления рисками требует дополнительных затрат, но целесообразность ее внедрения подтверждается на практике. Предприятия, которые имеют эффективно функционирующую систему управления рисками и грамотно разработанную программу по ликвидации

рисков, значительно реже будут страдать в результате крупных потерь и вероятность возникновения кризисного состояния (банкротства) сведется к минимуму. Нельзя исключить возможность нежелательных событий. Но можно сократить вероятность их появления и возможный ущерб [4, с. 150].

Далее представлена оценка системы риск-менеджмента предприятия ОАО «Волжский дизель имени Маминых» (ОАО «ВДМ»), которое является одним из старейших в России производителей дизельных двигателей, относится к крупным предприятиям промышленного сектора национальной экономики.

Фактор риска — обстоятельство, влияющие на вероятность или последствия реализации риска, но не являющееся его непосредственной причиной [1, с. 130]

Предприятие ОАО «ВДМ» подвержено негативному влиянию наиболее распространенных факторов внешней среды и, соответственно, сталкивается с характерными рисками ведения бизнеса.

Итак, в процессе оценки эффективности функционирования системы риск-менеджмента на ОАО «ВДМ» были идентифицированы риски, сопровождающие его деятельность. Наибольшее влияние оказывают:

- недостаток финансовых средств;
- высокий процент коммерческого кредита;
- изношенность и отсутствие оборудования;
- недостаточный спрос на внутреннем рынке машиностроения;
- неопределенность экономической ситуации;
- высокий уровень налогообложения;
- отставание в научно-исследовательских разработках.

На основании перечня рисков был разработан матрица рисков ОАО «ВДМ» и (рис. 1).

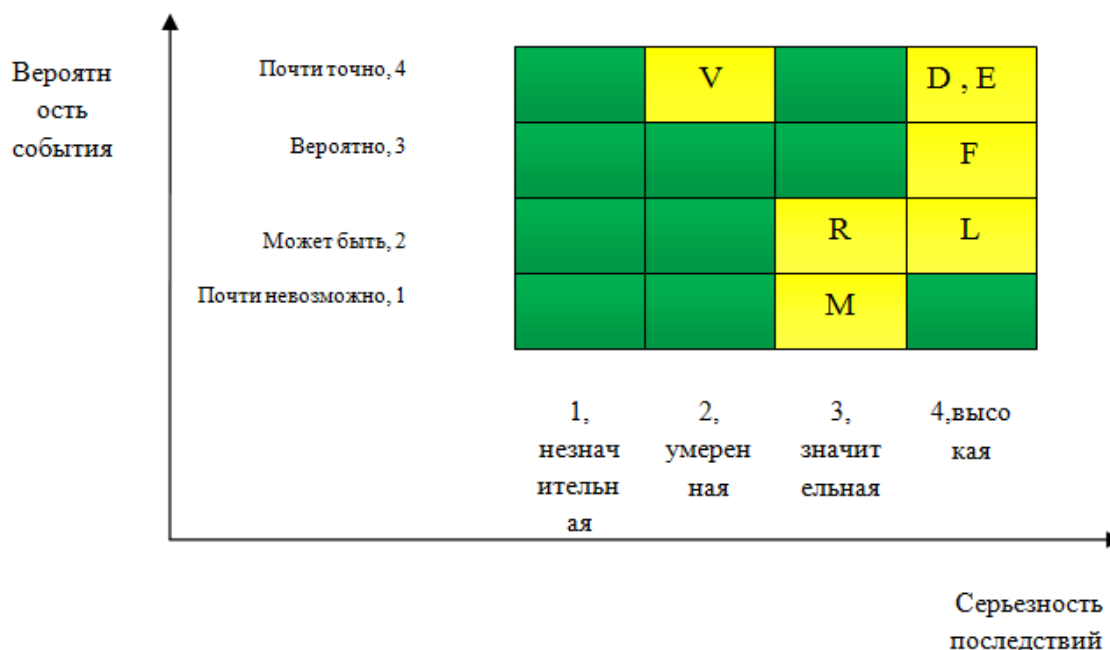


Рисунок 1. Матрица рисков

Расшифровка:

D — недостаток финансовых средств;

E — высокий процент коммерческого кредита;

F — изношенность и отсутствие оборудования;

L — недостаточный спрос на внутреннем рынке машиностроения;

M — неопределенность экономической ситуации;

R — высокий уровень налогообложения;

V — отставание в научно-исследовательских разработках.

Таким образом, основными видами рисков, угрожающих деятельности предприятия являются недостаток финансовых средств и высокий процент кредита. Данные виды рисков имеют высокую степень вероятности возникновения и серьезность последствий. Существует наиболее эффективный и оптимальный метод ликвидации риска — это метод создания специальных резервных фондов. Несомненно, при наличии проблем будет возможность восполнить свои денежные ресурсы из специального фонда и продолжить производственную деятельность без остановки и нарушений.

Таблица 1.

Виды рисков и методы их снижения

Вид риска	Вероятность возникновения	Серьезность последствий	Методы снижения (ликвидации) риска	Качество использования метода
Недостаток финансовых средств	4	4	Создание специальных резервных фондов	Фонды могут произвести полное покрытие непредвиденных расходов, выплаты по облигациям и дивидендов по привилегированным акциям
Высокий процент коммерческого кредита	4	4	Создание специальных резервных фондов	Создание специального фонда гарантирует покрытие кредиторской задолженности
Изношенность и отсутствие оборудования	3	4	Страхование имущества (активов)	Осуществляется в размере реальной рыночной стоимости оборудования при наличии соответствующей экспертной оценки.
Недостаточный спрос на внутреннем рынке машиностроения	2	4	Лимитирование концентрации риска	Устанавливает минимальный уровень спроса, при котором производится поиск новых решений.
Неопределенность экономической ситуации	1	3	Полное страхование	Обеспечивает страховую защиту предприятия от негативных последствий рисков при наступлении страхового события.
Высокий уровень налогообложения	2	3	Частичное страхование	В результате предприятие имеет период самовосстановления.
Отставание в научно-исследовательских разработках	4	2	Самострахование (внутреннее страхование, резервирование)	У предприятия размещаются резервы по возобновлению или разработке новых проектов.

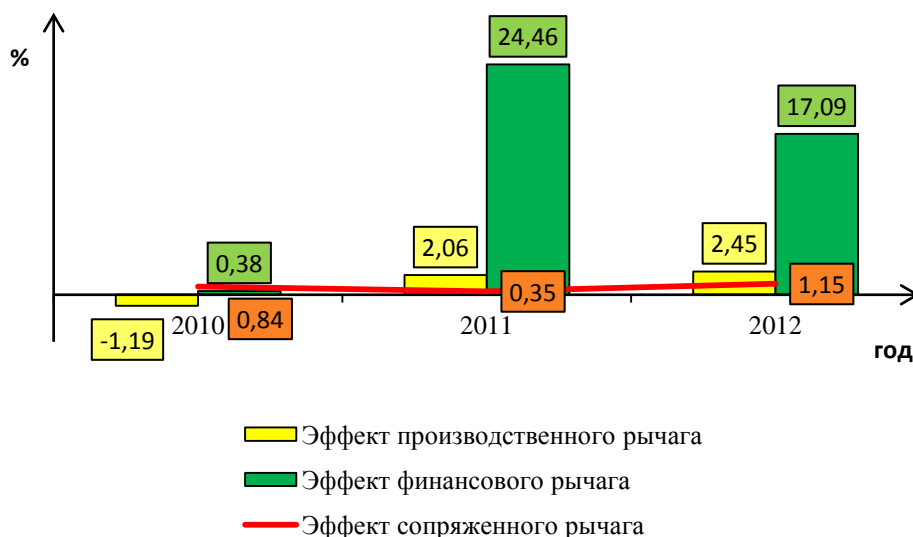


Рисунок 2. Эффект производственного, финансового и сопряженного рычага

Сила воздействия операционного рычага показывает степень предпринимательского риска. На протяжении трех лет на предприятии наблюдается увеличение эффекта производственного рычага, т. е. формируется высокая вероятность потери прибыли и возникновения предпринимательского риска. Эффект финансового рычага характеризует степень финансового риска. Таким образом, на ОАО «ВМД» происходит увеличение прибыли за счет привлечения дополнительного заемного капитала, риск снижения рентабельности собственных средств имеет наивысшую степень. Далее рассматривается негативное совокупное влияние предпринимательского и финансового рисков, которые показывают, что присутствует острая необходимость пересмотра структуры капитала, т. е. соотношение заемных и собственных средства, а также сбалансированности переменных и постоянных затрат.

С точки зрения организации система риск-менеджмента в ОАО «ВМД» представляет собой взаимодействие субъектов управления, в рамках, возложенных на них полномочий, которые закреплены за ними в соответствии с внутрифирменными инструкциями. Графически процесс управления рисками на ОАО «ВМД» представлена на рисунке 3.

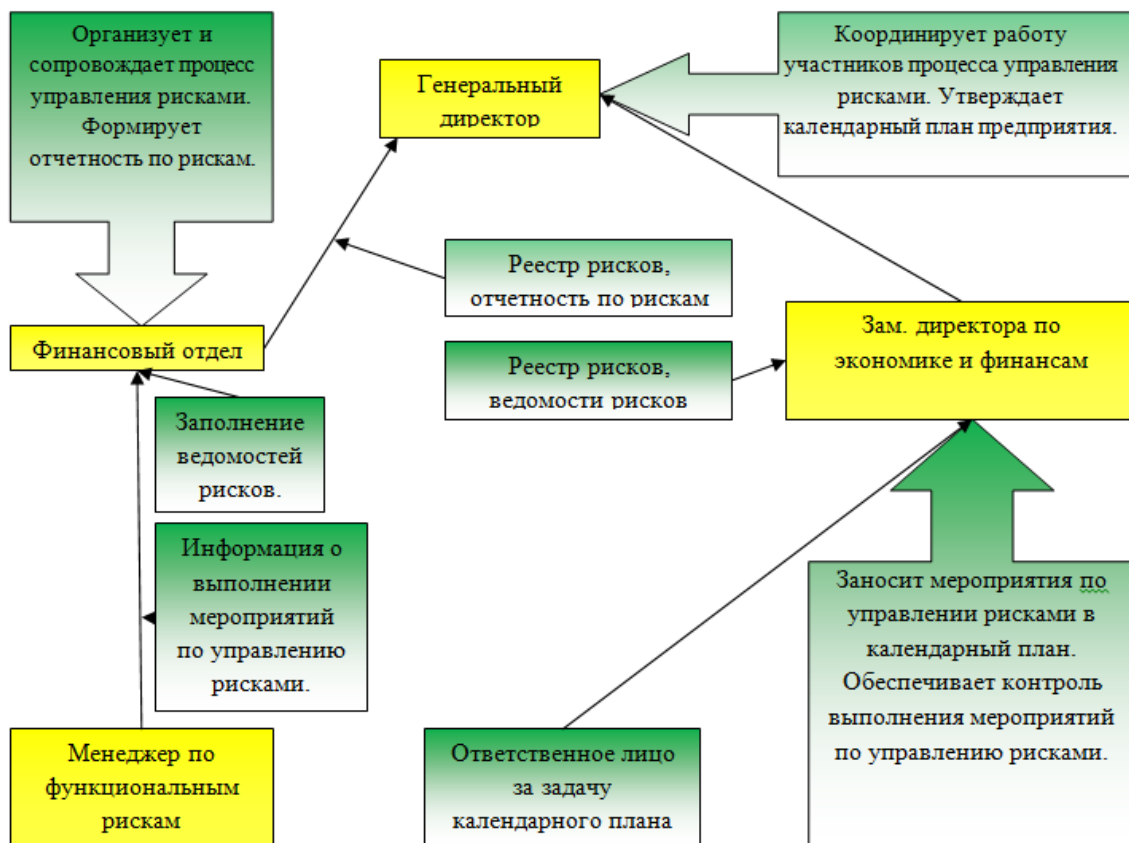


Рисунок 3. Организация системы управления рисками на предприятии

Согласно схеме, на предприятии менеджер по функциональным рискам за функциональные риски заполняет ведомости рисков и направляет их в финансовый отдел. В свою очередь в финансовом отделе производится организация процесса управления всевозможными видами рисков, формирование отчетности по данным рискам и разрабатываются мероприятия по их управлению. Также на финансовый отдел возложены функции по составлению реестра рисков и ведомости, которые передаются заместителю директора по экономике и финансам и напрямую генеральному директору.

Заместитель директора по экономике и финансам отмечает в календарном плане разработанные в финансовом отделе мероприятия по управлению рисками и обеспечивает контроль выполнения данных мероприятий. Генеральный директор координирует работу участников процесса управления рисками и утверждает календарный план.

Рассмотрев организацию системы риск-менеджмента в ОАО «ВДМ», можно сделать вывод, что в целом на предприятии используется традиционный

подход к управлению рисками, что обеспечивает функционирование качественно налаженной системы внутреннего контроля, производится четкий мониторинг рисков, которые предусматривают три этапа: наблюдение, фиксация и анализ возникающих рисков.

Концентрация внимания и усилий на выявленных рисках в ходе мониторинга, а также критических процессах.

Разрабатывается и ведется документация, которая необходима для уверенности в безопасности предприятия или подтверждающая угрозу возникновения рисков. В дальнейшем архивные данные позволяют прогнозировать риски с последующей их фиксацией. В тоже время, использование традиционных приемов к данному управленческому аспекту обуславливает наличие в системе риск-менеджмента ОАО «ВДМ» серьезных недостатков, игнорирование которых может привести к резкому ухудшению финансового состояния предприятия.

Так, значительное число управленческих решений принимаются несвоевременно и со значительным отставанием. Данное обстоятельство, к сожалению, в большинстве случаев приводит к ухудшению финансового состояния предприятия: потери прибыли, клиентов и банкротству.

Руководители (менеджеры высшего звена) совершенно не хотят делегировать свои полномочия. Желание менеджеров все контролировать приводит к тому, что максимальная нагрузка текущими делами и повседневными обязанностями лишает стратегического мышления и принятия управленческих решений для предотвращения возникших рисков.

Также наблюдается практически полное отсутствие специалистов по антикризисному управлению и проведения процедур банкротства. Отсутствует персонал со специализированным образованием и квалификацией. Этой проблемой объясняется следующий недостаток. Из-за стремления и желания обеспечить безопасность своему предприятию и сохранность коммерческой тайны руководители отказываются от услуг независимых консультантов по управлению рисками.

Корпоративная культура является основанием взаимоотношений на предприятии, но в настоящее время данному основанию не уделяется достаточно внимания.

Основным недостатком является простое неумелое обращение и применение инновационных и традиционных инструментов риск-менеджмента.

Совершенно не используются составные элементы информационного менеджмента в процессе принятия адекватных и молниеносных управленческих решений. Эффективный обмен информацией по рискам является критическим фактором в области менеджмента рисков. Неудовлетворительный обмен информацией может представлять собой значительный риск для эффективности управления предприятием [3, с. 35].

Неэффективность применения информационного менеджмента объясняется отсутствием специального программного обеспечения и нежеланием менеджеров устранить данные проблемы.

Низкая эффективность управления всеми финансовыми ресурсами предприятия.

Решения проблем, возникающих вследствие неправильной организации системы управления рисками, можно достичь посредством реализации ряда мероприятий, наиболее эффективными из которых являются:

1. Осуществление переподготовки персонала: обучение на базе институтов таким направлениям, как антикризисное управление, правильная организация процесса банкротства и практическое применение инновационных методов системы риск-менеджмента.

2. Осуществление закупки установки специального программного обеспечения по управлению рисками.

3. Обеспечение необходимого поиска независимых консультантов по антикризисному управлению, управлению рисками на предприятии.

4. Формирование корпоративной культуры с учетом гуманистического подхода.

5. Внедрение тренинг с руководителями и менеджерами высшего звена по активизации и стимуляции чувства риска.

Правильная организация управления рисками является необходимым условием для успешной и эффективной работы предприятия. Четкая скоординированность и молниеносная реакция на внутренние и внешние изменения ответственных лиц в области рисков, сопровождающих деятельность предприятия, играют главную роль при принятии управленческих решений для устранения проблемы, а самое главное до появления этой самой проблемы.

Список литературы:

1. Богоявленский С.Б. Управление риском в социально-экономических системах: учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. — 144 с.
2. Бирюкова О.Ю. Антикризисное управление: учебное пособие. М.: Эксмо, 2008. — 160 с.
3. ГОСТ Р 52806-2007. Национальный стандарт Российской Федерации. Менеджмент рисков проектов [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://doc-load.ru> (06.10.2013).
4. Орлов А.И. Менеджмент: учебник. М.: Издательство «Изумруд», 2003. — 298 с.

УСТОЙЧИВОСТЬ БЮДЖЕТА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ

Пашко Ольга Александровна

*студент 3 курса учетно-финансового факультета, СтГАУ,
г. Ставрополь
E-mail: ms.pashko@bk.ru*

Глотова Ирина Ивановна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СтГАУ,
г. Ставрополь*

Устойчивость бюджета — государственный бюджет, который имеет нормальное функционирование субъекта государственной власти, осуществление всех полномочий, предоставленных ему на основании полного и своевременного финансирования в рамках бюджетных расходов, в том числе на обслуживание внутреннего и внешнего долга. Устойчивость бюджета позволяет судить о прочности финансовой основы деятельности субъекта власти.

По мнению профессора Поляка Г.Б. понятие устойчивости бюджета аналогично понятию финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта: обе концепции основаны на общих принципах — полного покрытия текущих расходов, эффективности и экономии расходования средств, обязательств инвестиции, страхования непредвиденных расходов и рисков. Однако они отличаются по своему характеру, содержанию аналогичных принципов, факторам, влияющим на значение устойчивости, и т. д. [3]

Для определения количественных и качественных характеристик устойчивости бюджета, используют вычислительные и аналитические методы: метод коэффициентов и метод экспертных оценок. Количественные характеристики, выражаемые с помощью числовых показателей, которые показывают финансовое положение субъекта власти за определенный период при данном состоянии экономики. Для определения способности того или иного территориального образования адаптироваться к изменениям внешней экономической обстановки, добиваться мобилизации дополнительных финансовых ресурсов в бюджет, а также получить информацию

о характеристиках финансовой устойчивости, которые не выражаются в цифровом представлении, применяют экспертную оценку на основе системы баллов (что позволяет сравнивать с другими регионами).

Новые бюджетные правила базируются на следующих нормах:

- предельные расходы федерального бюджета не должны превышать объем доходов при базовой цене более чем на один процент валового внутреннего продукта;

- общий объем планируемых расходов на очередной финансовый год не может быть меньше общего объема расходов без учета условно утвержденных расходов на соответствующий финансовый год, определенных законом о федеральном бюджете на текущий год и плановый период;

- общий объем планируемых расходов на первый год планового периода без учета условно утвержденных расходов в размере 2,5 % от общего объема расходов не может быть меньше общего объема расходов без учета условно утвержденных расходов, утвержденного на соответствующий финансовый год, определенных законом о федеральном бюджете на текущий год и плановый период.

В принципе можно согласиться с мнением Минфина о том, что введение бюджетных правил с 1 января 2013 года позволит в 2013—2015 годах снизить зависимость федерального бюджета от внешнеэкономической конъюнктуры, повысить устойчивость и сбалансированность бюджетной системы, сократить дефицит федерального бюджета, в том числе ненефтегазовый. Ожидается, что федеральный бюджет в 2015 г. будет бездефицитным (см. Таблицу 1).

Заложенные в среднесрочном прогнозе Минэкономразвития основные параметры макроэкономического развития страны предопределили сокращение доходов федерального бюджета с 20,9 % ВВП в 2012 г. до 18,8 % ВВП в 2015 гг., т. е. на 2,1 п.п. ВВП. Данные сжатие доходной части бюджета обусловлено динамикой нефтегазовых доходов, падение которых ожидается в 10,5 % ВВП в 2012 г. до 8,3 % ВВП в 2015 г.

Таблица 1.

**Основные характеристики федерального бюджета
в 2010—2015 годах, % ВВП**

Показатель	Факт		ФЗ-371	Законопроект 2013—2015 гг.		
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Доходы	18,4	20,9	20,9	19,3	19,0	18,8
— в т. ч. нефтегазовые доходы	8,5	10,3	10,5	8,9	8,5	8,3
Расходы	22,4	20,1	21,1	20,1	19,2	18,8
Дефицит(-)/ Профицит(+)	-4,0	+0,8	-0,2	-0,8	-0,2	0,0
— в т. ч. нефтегазовый дефицит	-12,5	-9,5	-10,7	-9,7	-8,7	-8,3
Факт и оценка ВВП, млрд. руб.	45166	54369	60590	66515,0	73993,0	82937,0

Следование вводимым бюджетным правилам уже на стадии планирования расходной части федерального бюджета позволило обеспечить не только сдерживание роста объема бюджетных ассигнований, но и их снижение в среднесрочной перспективе — с 21,1 % ВВП в 2012 г. до 18,8 % ВВП в 2015 году, т. е. на 2,3 п.п. ВВП.

Оценивая последствия сокращения расходов федерального бюджета, необходимо принять во внимание следующее:

- МВФ рекомендует проводить сокращение расходов умеренными темпами, а для стран, имеющих сбалансированный бюджет и пользующихся доверием кредиторов, при замедлении экономического роста проводить политику увеличения дефицита бюджета, а не сокращения расходов. Таким образом, с учетом кредитного рейтинга России и накопленных резервов темпы снижения расходов в 2013—2015 гг. несколько завышены;

- если ранее дополнительные доходы, полученные в результате роста нефтегазовых доходов, отражались в доходной части федерального бюджета и лишь впоследствии направлялись в стабилизационные фонды, то сейчас дополнительные расходы будут поступать в Резервный Фонд напрямую. Данное решение вполне оправданно в предкризисной ситуации в качестве

важного превентивного инструмента, так как Правительство Российской Федерации, в непосредственном распоряжении которого теперь находится Резервный фонд, получает возможность оперативно (без внесения изменений в закон о бюджете) отреагировать на изменение экономической и финансовой ситуации в мире, своевременно обеспечив государственную поддержку в необходимом объеме. В то же время расходы бюджета осуществляются в рамках норм и правил, обеспечивающих в той или иной мере контроль эффективности, в то время как, на расходы из Резервного Фонда эти нормы и правила не распространяются;

- внедрение бюджетных правил обеспечивает бюджетную сбалансированность исключительно за счет технического ограничения на объемы расходования средств в увязке с размерами ожидаемых доходов бюджета. Однако данная бюджетная конструкция не решает проблемы зависимости федерального бюджета от нефтегазовых доходов, а лишь способна снизить масштабы риска в случае негативной внешнеэкономической конъюнктуры. В действительности, зависимость бюджета может быть обеспечена только за счет структурных изменений в реальном секторе страны.

Балансировка бюджета при относительно высоких ценах на сырьевые ресурсы ставит под вопрос решение задачи обеспечения устойчивости государственного бюджета, выводя его в сфере исключительного влияния внешних по отношению к национальной экономике факторов.

Согласно проекту закона Федеральный бюджет в ближайшие три года будет сводиться с дефицитом, но величина дефицита будет постепенно уменьшаться. При этом программа заимствований на внешнем и внутреннем рынке предполагает наращивание государственного долга в объемах, значительно превышающих величину дефицита. Избыточные ресурсы предполагается направлять в Резервный фонд [2].

По сути, повторяется, хотя и в сокращенном масштабе, ситуация 2011 г., когда при профиците бюджета в 431 млрд. руб. объем обращающихся на внутреннем финансовом рынке государственных долговых обязательств

увеличился более чем на 1 трлн. руб. На ту же сумму в январе 2012 г. был увеличен объем Резервного фонда.

С точки зрения денежного рынка такое сочетание операций Минфина привело к сокращению уровня ликвидности в банковском секторе. Любое накопление средств органов государственного управления на счетах в Банке России является стерилизацией денежной эмиссии, то есть ведет к сжатию денежного предложения (уменьшению широкой денежной базы). В 2011 г. для компенсации стерилизационного эффекта, вызванного операциями Минфина, Банку России пришлось нарастить операции по предоставлению ликвидности банковскому сектору на 0,9 трлн. руб. Фактически масштабные государственные заимствования на внутреннем рынке выступают для финансового сектора альтернативой предоставлению займов нефинансовому сектору экономики, а, следовательно, препятствуют увеличению ресурсной

базы реального сектора, обеспечивающей как текущий экономический оборот, так и инвестиции в основной капитал.

Нельзя не отметить, что в ближайшие три года планирующиеся займы отвлекут от кредитования гораздо меньше ресурсов, чем в 2011 г. Так, при росте совокупного кредита предприятиям и населению на 17—18 % в год привлечение новых государственных займов на внутреннем рынке в 2013—2015 гг. будет эквивалентно 10—15 % прироста кредитного портфеля, а не 25 %, как в 2011 г.

Таблица 2.

Основные параметры федерального бюджета и источники финансирования дефицита в 2011—2015 гг., млрд. руб.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
	исполн.	утвержд.	проект закона	проект закона	проект закона
Доходы	11366	12677	12866	14063	15696
Расходы	10935	12745	13387	14207	15706
Дефицит (-)/ Профицит(+)	431	-68	-521	-144	-11
Источники финансирования	-431	68	521	144	11

Внутренние (без учета изменений остатков на счетах)	1303	922	836	639	784
Сальдо размещений рублевых ценных бумаг	1080	710	449	399	306
Изменение остатков на счетах	-1629	-823	-368	-589	-810
Резервный фонд	-83	-830	-373	-596	-819
ФНБ	-51	8	6	7	9
Депозиты в коммерческих банках	-402	561	0	0	0
Прочие	-1093	-561	0	0	0
Внешние	-105	-31	53	94	37

Из таблицы видно, что федеральный бюджет остается критически зависимым от поступлений нефтегазовых доходов. В 2013—2015 гг. нефтегазовые доходы будут составлять 44—46 % доходной части бюджета. При этом сам объем нефтегазовых доходов напрямую зависит от внешне-экономической ценовой конъюнктуры. Так, изменение среднегодовой цены на нефть марки «Юралс» на 1 доллар ведет при прочих равных условиях (соответствующих проекту бюджета на 2013—2015 гг.) к изменению величины нефтегазовых доходов более чем на 1 % (70—75 млрд. руб.). Если в ближайшие три года среднегодовая цена на нефть будет соответствовать средней за период 2005—2012 гг. (около 80 долл./барр.), то доходы бюджета уменьшатся на 9—11 %, или около 2 % ВВП ежегодно. Уровень доходов бюджета в этих условиях может быть частично компенсирован за счет девальвации рубля. Эти же предпосылки лежали в основе последнего пересмотра официального прогноза на 2012 г., в котором уменьшение среднегодовой цены на нефть со 115 до 109 сопровождалось ростом стоимости доллара с 29,2 до 31,3 руб. в среднегодовом выражении.

В результате ожидаемый объем нефтегазовых доходов вырос на 0,4 %. В случае более глубокого падения цены на нефть, например, до 80 долл./барр. требуемая компенсационная девальвация рубля окажется гораздо сильнее. В условиях 2013—2015 гг. это будет означать снижение стоимости рубля

до 41 рубля за доллар уже в 2013 г и далее до 46 рублей к 2015 г. То есть уже в 2013 г. рубль должен будет девальвировать почти на треть, что больше, чем снижение стоимости национальной валюты в 2009 г. (28 %).

Чтобы усовершенствовать устойчивость бюджета в 2013 году и в среднесрочной перспективе необходимо осуществить действия в следующих областях:

1. Налогово-бюджетная политика должна стать более эффективным инструментом реализации государственной социально-экономической политики.

2. Для достижения целей социально-экономической политики и обеспечения общественного контроля над достижением формирования и исполнения бюджета должно основываться на государственных программах.

3. Особое внимание должно быть уделено обоснованности и достоверности механизмов реализации и ресурсного обеспечения государственных программ, и их корреляции с долгосрочными целями социально-экономической политики.

4. Необходимо улучшить качество предоставляемых населению государственных и муниципальных услуг.

5. Обеспечение макроэкономической стабильности и бюджетной устойчивости.

6. Необходимо определиться с параметрами дальнейшего развития пенсионной системы.

7. Налоговая система должна быть настроена на улучшение качества инвестиционного климата, повышение предпринимательской активности, совершенствование структуры экономики, повышение ее конкурентоспособности.

8. Требуется реализации нового этапа развития межбюджетных отношений.

9. Важными задачами правительства РФ являются обеспечение постоянного доступа России к долговым рынкам на приемлемых условиях, снижение стоимости заимствований и расходов по долговым обязательствам,

получение дополнительных доходов от управления средствами накопленных в Резервном фонде и Фонде национального благосостояния.

10. Необходимо обеспечить прозрачность и открытость бюджета и бюджетного процесса для общества.

Список литературы:

1. Российская Федерация. Законы. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (принят ГД ФС РФ 17.07.1998) (в ред. от 25.12.2012) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013) // СПС КонсультантПлюс: Высшая школа.
2. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон РФ от 25.12.2012 № 268-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части использования нефтегазовых доходов федерального бюджета».
3. Поляк Г.Б. Бюджетная система России: учебное пособие// Г.Б. Поляк М.: Юнити, 2010 год.
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.minfin.ru

ЛИКВИДАЦИЯ И БАНКРОТСТВО ПРЕДПРИЯТИЙ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Переверзева Анна Андреевна

*студент 2 курса, факультет «Кредитно-экономический»,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
г. Москва*

E-mail: belosnechka_007@mail.ru

Комаров Алексей Валерьевич

*научный руководитель, канд. пед. наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
г. Москва*

Бизнес в современном мире развивается крайне быстро, его огромный потенциал распространяется на все сферы жизни общества, он занимает центральную роль в экономическом развитии государств. Предпринимательская деятельность сегодня — это своеобразный импульс, придающий экономике динамизм, адаптивность и даже целенаправленность. В большинстве экономически успешных стран созданы благоприятные условия для ведения бизнеса (в том числе и на законодательном уровне), государство финансирует различные программы по его поддержке, а кредитные учреждения предлагают огромное количество способов получить заёмные средства для создания или расширения компании.

С другой стороны, ничто не стоит на месте, поэтому и бизнесу требуется постоянная модернизация, внедрение инноваций, повышение эффективности производства. Как в России, так и за рубежом данная проблема является достаточно острой для всех типов предпринимательской активности. Если говорить о малом и среднем бизнесе, то таким фирмам не всегда удаётся найти средства для финансирования улучшений, а крупным корпорациям не всегда бывает выгодно «вкладываться» в модернизацию. Таким образом, актуальность работы очевидна: экономический рост в масштабах всей страны невозможен без развития отдельных предприятий. Часто благополучие на микроэкономическом уровне является ключом к процветанию на макроуровне.

К тому же, сегодня мы постоянно слышим, как трудно приходится предпринимателям — препятствуют открытию новых предприятий, не выдают соответствующие документы, создают преграды для их функционирования, а успеха добиваются благодаря коррупционной составляющей. В подобных условиях нередко возникает вопрос о ликвидации фирмы.

Согласно п. 1 ст. 61 ГК РФ «ликвидация юридического лица влечет его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом» [2]. То есть фирма уходит с рынка (теряет гражданскую правоспособность), и сведения об этом вносятся в Единый государственный реестр юридических лиц. Ликвидация бывает двух видов — добровольная и принудительная [с. 119, 1]. Это значит, что юридическое лицо может быть ликвидировано либо по решению его учредителей (участников), либо по решению суда, если имели место грубые нарушения закона.

Основанием для принудительной ликвидации может стать, например, осуществление деятельности без лицензии или других предусматриваемых законом документов. Другое основание — нарушения закона, как при создании компании, так и в процессе её функционирования. Например, налоговые органы могут обратиться в суд с иском о принудительной ликвидации юридического лица, если оно систематически не предоставляет сведения о своей финансово-хозяйственной деятельности. Также юридическое лицо могут ликвидировать, если его деятельность носит экстремистский характер. Ликвидация возможна и при несоблюдении уставных целей (это касается некоммерческих организаций). Если в качестве НКО выступает благотворительный фонд, для которого основная цель, предположим, — помощь больным детям, то он не может заниматься добычей полезных ископаемых, так как это является осуществлением предпринимательской деятельности, не соответствующей целям создания организации.

Безусловно, сегодня ликвидация является неотъемлемой частью бизнеса и если фирме пришлось столкнуться с таким явлением, то крайне важно

действовать в соответствии с законодательной базой. Не стоит воспринимать ликвидацию как самоцель — это лишь необходимая мера, особый этап в жизни фирмы, который помогает перепрофилировать финансовые активы в более рентабельные проекты.

Процедура ликвидации — это многоэтапный процесс. Сначала принимается решение о ликвидации фирмы. Причём, если организационно-правовой формой является акционерное общество, то решение о ликвидации должны поддержать не менее $\frac{3}{4}$ всех акционеров компании. После принятия и оформления документов необходимо сообщить о данном решении в налоговые органы. Далее создаётся ликвидационная комиссия и, что интересно, в неё чаще всего входят работники самой фирмы. Этот факт позволяет говорить о том, что при участии в комиссии заинтересованных лиц, могут быть ущемлены интересы кредиторов. Но подобную проблему представляется возможным решить только путём внесения поправок в законодательство. Также закон требует официального опубликования в органах печати сведений о возможной ликвидации[6]. Согласно приказу ФНС России от 16.06.2006 № САЭ-3-09/355@ таким органом является журнал «Вестник государственной регистрации». Потом начинается налоговая проверка, выявляется дебиторская задолженность, проводится инвентаризация, погашаются требования кредиторов и составляется ликвидационный баланс предприятия. ГК РФ устанавливает, что «ликвидация считается завершённой, а юридическое лицо — прекратившим существование после внесения об этом записи в единый государственный реестр юридических лиц» [п. 8, ст. 63, 2].

На практике наиболее часто можно наблюдать ликвидацию предприятия в форме Общества с ограниченной ответственностью (ООО). Это связано, в первую очередь, с тем фактом, что зарегистрировать такой вид фирмы совсем нетрудно, и в управлении она неприхотлива — не требует особых юридических знаний. А вот причины ликвидации могут варьироваться от случая к случаю, но в целом сходны с причинами прекращения деятельности других организационно-правовых форм — низкая рентабельность, создание новой

компании, потеря финансового интереса учредителей к фирме или же банальные ошибки в документации и налоговой отчетности.

К сожалению, в действительности фирмы часто страдают из-за попыток введения технологических новшеств, модернизации производства. Государство не всегда оказывает поддержку таким компаниям, в итоге они разоряются. Хотя страны всегда нуждаются в каких-то элементах инноваций, какими являются экологическое топливо, продвинутое лекарства и т. п. Такая профилизация сопряжена с высокими рисками, а исходов может быть два: либо сверхприбыль и мировая известность, либо разорение и невозможность расплатиться с кредиторами.

Фирме целесообразно продолжать производство, если она получает неотрицательную экономическую прибыль, поэтому наиболее частая причина ликвидации — появление экономических или бухгалтерских убытков. Экономические означают, что вложенные средства приносят гораздо меньше дохода, чем при альтернативных методах их использования. Предположим, предприятие выпускает зубную пасту и получает достаточную прибыль для продолжения производства, но при анализе эффективности выясняется, что вложение этих же средств в ценные бумаги или открытие счёта в банке принесёт **б**ольший доход, чем в первом случае. Конечно, фирма выберет второй вариант.

Если же возникают бухгалтерские издержки, прекращение производства становится необходимым, ведь в противном случае, компания просто теряет деньги (доходы меньше расходов). Тогда мы сталкиваемся с таким понятием, как *банкротство* — признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей [ст. 2, 6].

Банкротство существует в нескольких формах, среди которых:

- *реальное банкротство* (означает банкротство по юридическим причинам, когда фирма становится неплатёжеспособной и не может удовлетворить требования кредиторов)

- *техническое банкротство* (неплатёжеспособность вследствие просроченной дебиторской задолженности, то есть юридическое лицо в данном случае по формальным признакам становится банкротом, но при грамотном управлении можно избежать перехода в реальное банкротство)

- *незаконное банкротство* (*умышленное* — руководство фирмы специально создаёт условия, при которых она не может удовлетворять данные кредиторам обязательства, или *фиктивное* — фирма объявляет о несуществующем банкротстве с целью ухода от платежей или их отсрочки)

Важно понимать, что финансовую несостоятельность не всегда следует рассматривать как трагедию, как закрытие бизнеса, напротив главная цель института банкротства — восстановление и сохранение фирмы, собственности владельца. То есть, предприятие-должник получает льготы от кредиторов и имеет возможность возобновить свою деятельность.

К сожалению, на практике достаточно часто встречается незаконное банкротство, когда фирма пытается уйти от удовлетворения требований кредиторов путём подделки финансовых документов. В качестве субъектов нелегальных банкротств могут выступать руководители, собственники или индивидуальные предприниматели организации. Какими только способами фирмы не пытаются уйти от ответственности... Предположим, компания готовится к незаконному банкротству и договаривается с одним из кредиторов о том, что полностью ответит по его обязательствам. Но тот, в свою очередь, обязуется поспособствовать в сокрытии улик. В таком случае кредитор действует в ущерб другим кредиторам и привлекается к уголовной ответственности в соответствии с ч. 2 ст. 195 УК РФ. Яркий пример — дело компании «Миракс Групп», основателем которой был Сергей Полонский. Считается, что руководство компании инициировало преднамеренное

банкротство. Компания получила около 6 млрд. рублей от вкладчиков жилого комплекса «Кутузовская миля» и остановила строительство. Возбуждено уголовное дело о хищении средств.

В зарубежной практике дела об умышленном банкротстве тоже не являются исключением. Часто подобные преступления оказываются связанными с бурно обсуждающейся сейчас темой «золотых парашютов» — выплат топ-менеджерам при увольнении. Один из самых громких таких скандалов произошёл в США, где 15 сентября 2008 года крупный инвестиционный банк «Леман Бразерз» объявил о своём банкротстве. Это событие «помогло» обрушиться мировому финансовому рынку и стало началом кризиса. Казалось бы, такое может случиться с любой компанией, даже самой крупной, но, что интересно, уволенные топ-менеджеры банка получили компенсацию — суммарно около 8 млрд. долларов. Значит, всё же средства у банка были, а топ-менеджеров с помощью таких огромных выплат попросили о чём-то умолчать...

Другой иностранный пример — Bank of America, который обвинили в мошенничестве с ипотечными кредитами. Считается, что банк заведомо перепродал множество убыточных кредитов крупнейшим национальным агентствам — Fannie Mae и Freddie Mac, игравших роль финансовых гарантов по займам. В результате агентства оказались на грани банкротства. Ущерб оценивается в миллиард долларов. Многие экономисты полагают, что именно угроза их разорения повлекла за собой мировой финансовый кризис, начавшийся в 2008 году.

Эпизод о преднамеренном банкротстве коснулся и нашумевшего дела «Оборонсервиса». Предполагается, что средства на оплату услуг ЖКХ (около 300 млн рублей) были переведены в коммерческий банк за взятку, но через некоторое время банк объявил себя банкротом, а 300 млн исчезли, словно их и не было. Подозревается заместитель главы подразделения «Оборонсервиса» — ОАО «Ремонтно-эксплуатационного управления».

Банкротство и ликвидация не минуют даже самых крупных игроков рынка. Достаточно вспомнить дело ЮКОСа — одной из самых успешных российских нефтяных компаний. ЮКОС просуществовала вплоть до 2007 года, 28 марта 2006 года арбитражный суд признал её банкротом, а 21 ноября 2007 года в ЕГРЮЛ была внесена запись о её ликвидации. Далее было огромное количество судебных разбирательств, в результате которых были вынесены приговоры о мошенничестве в особо крупных размерах, об уклонении от уплаты налогов и т. д. Следствие до сих пор продолжается.

Таким образом, банкротство — это один из путей ликвидации, причём, наиболее популярный. Решение о признании юридического лица банкротом принимает арбитражный суд.

Ещё одним вариантом ликвидации является реорганизация, которая может происходить в форме слияния, поглощения, присоединения, преобразования. В таком случае все непогашённые обязательства фирмы переходят к правопреемнику, налоговая проверка не проводится. Наиболее масштабная реорганизация недавнего времени — покупка «Роснефтью» ТНК-ВР (слияние). Из зарубежных примеров — всем известная британская компания мобильных телефонов “Sony Mobile Communications AB”, ранее называвшаяся “Sony Ericsson Mobile Communications AB”, которая в феврале 2012 года завершила поглощение доли Ericsson.

Для небольших фирм ликвидация является вполне привычным делом, так как с её помощью можно сохранить свой бизнес: собственник закрывает одно юридическое лицо, открывает другое и при этом избегает любых налоговых претензий. Особенно популярна политика в режиме «регистрация-ликвидация» в розничной торговле, где поставщики постоянно меняются и не все исполняют свои обязанности добросовестно и законно.

Давайте проведём эксперимент: наберите сейчас в любой поисковой системе слово «ликвидация» — мгновенно появится огромное количество сайтов, которые предлагают ликвидировать или обанкротить фирму. Но не все такие предложения законны! На многих из них «говорится»

о ликвидации конкурентов или же о фиктивной ликвидации для ухода от налогов и от данных кредиторам обязательств. Некоторые предлагают ликвидировать фирму без предусмотренных законом обязательных проверок и утверждают, что всё легально. Другие привлекают клиентов ценой, утверждая, что они закроют фирму и избавят руководителя от ответственности всего за 15 тысяч рублей. Кто-то устанавливает затраты в 200 000 рублей и пугает уголовной ответственностью... Но все пытаются уверить клиентов в 100 % гарантии и предлагают различные пути ликвидации — от реорганизации до банкротства.

Вопрос ликвидации юридических лиц актуален в нынешнее время, ведь, часто фирмы существуют лишь на бумаге или являются так называемыми «однодневками».

Нашумевшие дела о преднамеренных банкротствах широко обсуждаются во всех сферах, но теперь данное понятие не ограничивается лишь связью с юридическими лицами — в 2012 году в Государственную Думу внесён законопроект о банкротстве физических лиц. В современной России количество кредитов растёт, но заёмщики, которыми являются простые граждане, не всегда могут рационально оценить своё финансовое положение. Так, по состоянию на 1 января 2013 года уровень просрочки составляет 313 миллиардов рублей — это 4 процента от общего объема кредитов и прочих средств, предоставленных физическим лицам [5]. То есть, если человек попал в трудную жизненную ситуацию, закон помогает ему защититься от кредиторов, судебных преследований и т. д. Но закон говорит не о погашении долга, а лишь о его отсрочке.

Ликвидация и банкротство фирм стали своеобразной закономерностью в современных развитых экономиках мира, особенно нестабильны вновь появившиеся компании. Из таких остаются на рынке не больше половины. Безусловно, это не проходит бесследно и для экономики. Компания мгновенно теряет стоимость своих активов, тратятся средства на саму процедуру банкротства (на суд, на аукцион, бухгалтерам и т. д.), кредиторам

не возвращаются назад средства. Все субъекты рынка испытывают финансовые сложности, а, следовательно, вся экономика несёт убытки.

Список литературы:

1. Габов А.В. Ликвидация юридических лиц. История развития института в российском праве, современные проблемы и перспективы / М.: Статут, 2011. — 303 с.
2. Гражданский кодекс РФ: Части 1, 2, 3 и 4. М.: Омега-Л, 2012 — 473 с.
3. Гусева Т.А., Зубов В.И., Ларина Н.В. Ликвидация юридических лиц. М.: ФБК-ПРЕСС, 2003 — 184 с.
4. Покрытан П.А. Теория антикризисного управления: Учебно-практическое пособие. М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2007. — 325 с.
5. «Российская газета» — Федеральный выпуск № 6000 (24).
6. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ.
7. Федеральная налоговая служба. Официальный сайт — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://reg.nalog.ru/gosreg_a/lyl/ (дата обращения 19.08.2013).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ КАК ОСНОВНОГО ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

Петросян Шушанна Геворковна

студент 3 курса социально-экономического факультета

КФ МГТУ им.Н.Э. Баумана,

г. Калуга

E-mail: gina35@yandex.ru

Перерва Ольга Леонидовна

научный руководитель, д-р экон. наук, профессор КФ МГТУ им. Н.Э. Баумана,

г. Калуга

В мировой экономике прослеживается современная тенденция развития, опирающаяся на инновационные источники роста. Основные черты этого пути развития представляются наукоемкой продукцией, интеллектуализацией ресурсов. Создавая все новые и новые продукты и технологии, общество накопило новые знания, во многом увеличило скорость распространения информации. Сейчас наблюдается активная диффузия новшеств и конвергенция технологий. Механизмы и институциональные основы, созданные в высокоразвитых странах имеют цель распространить и использовать знания в рамках национальных инновационных систем, обеспечить устойчивый рост экономики, определить структурную и параметрическую оптимизацию её элементов, высокое качество и уровень жизни населения. Актуальность данной темы определяется особенностью ситуации в России, которая претерпевает глобальную внутреннюю трансформацию во всех системах, в частности в экономической. В настоящее время в России происходит много изменений в инновационной сфере. Объекты и институты инновационной экономики являются относительно новыми для нашей страны, а также секторы производства высоких технологий, обеспечивающие новые технологические платформы, находящиеся в стадии становления и обновления. Происходит вытеснение старых форм и методов управления новыми формами и методами. В нынешних условиях необходимость изменений, преобразований осознана многими производственными организациями. Потребность интеграции

инновационной деятельности и в готовности субъектов экономики к ее принятию является обязательным требование нашего времени. Один из ведущих европейских специалистов в сфере социологии организации — М. Крозье отметил, что современная конкурентная борьба в первую очередь — это борьба за способность и восприимчивость к нововведениям, а не за обладание ресурсами, материальными ценностями.

Инновационная сфера понимается как система отношений между производителями и потребителями инновационной продукции, в том числе работ и услуг, которая включает создание и распространение инноваций. Что же понимается под инновацией? Слово «инновация» берет начало от английского слова *innovation*, которое в переводе означает «введение новаций» (новшеств). В современной литературе существует десятки определения этого термина. В зависимости от предмета своего исследования различные известные зарубежные авторы (Фостер Р., Мончев Н., Твист Б., Роджерс Э., И. Шумпетер и др.) дают разные определения этому понятию. Ключевым моментом трактовки понятия инновация согласно Б. Твисту является коммерциализация идеи или изобретения, а точнее сказать сам процесс. По мнению Ф. Никсона инновация - это совокупность технических, коммерческих и производственных мероприятий, которые улучшают промышленные процессы и оборудование и непосредственно выводят их на рынок. Санто Б. полагает, что инновация — это экономический, технический, общественный процесс, который приводит к созданию лучших технологий, изделий с улучшенными свойствами которые могут при внедрении на рынок могут привести добавочный доход. По И. Шумпетеру инновация — это усовершенствованное сочетание производственных факторов благодаря научным и организационным новшествам, внесенным по инициативе предпринимателя. Исходя из международных стандартов, статистики науки, инновации и техники, инновация — это конечный результат инновационной деятельности, который получил воплощение в виде новых более усовершенствованных продуктов, внедренные на рынок, нового или модернизированного

технологического процесса и которые используются в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

В инновационной сфере выделяют также такие понятия как инновационное предприятие и инновационная деятельность. Инновационное предприятие представляет собой предприятие (объединение предприятий) различных форм собственности, у которого инновационная продукция составляет больше 70 % объёма его продукции (в денежном выражении). Инновационная деятельность (далее ИД) — это комплекс различных мероприятий (технологических, организационных, научных, финансовых и коммерческих), направленных на коммерциализацию накопленного знания, технологии, а также оборудования. Результат инновационной деятельности представляет собой более новую или дополнительную услугу (товар) или услугу(товар) с новыми качествами. ИД предприятий обращена главным образом в сторону повышения конкурентоспособности производимой продукции (услуг) [1, с. 158].

Для повышения эффективного функционирования всего предприятия в целом, инновационная деятельность должна обеспечить:

- удовлетворение потребностей (полное и своевременное)
- конкурентоспособность предприятия, в особенности показателей качества производимой продукции, эффективности производства показатели качества, а также достижение баланса между управлением традиционными технологиями и новыми технологиями
- эффективность в использовании нововведений и умение приспосабливаться к радикальным изменениям.
- организованность во взаимодействии внешних и внутренних элементов системы развития, где главную роль играет система информации (о рынке нововведений, верный отбор проектов из множества альтернатив, а также взаимная заинтересованность)

Существует строгая зависимость между конкурентными позициями, эффективностью предприятия и его инновационным потенциалом.

Эффективность функционирования предприятия можно достигнуть за счет повышения качества продукции, реализации политики ресурсосбережения, выпуска новых, конкурентоспособных проектов, освоения рентабельных бизнес-проектов.

Научный интерес представляет высказывание известного теоретика инноватики Б. Твисса, который подчеркивает, что «проблема не только в самих нововведениях как таковых, но скорее в эффективном, ориентированном на прибыль управлении научно-техническими нововведениями» [4, с. 58]. В этой связи, на наш взгляд, говоря о сущности «инновации» необходимо рассматривать это понятие на уровне предприятия и отражать ее нацеленность на повышение эффективности деятельности предприятия в целом.

Инновация определяется еще и как инструмент достижения конкурентного преимущества, способствующая повышению эффективности от деятельности предприятия.

Инновации, которые оказывают влияние на конкурентоспособность предприятия, делят на следующие категории:

- социально-экономические, организационные, технологические инновации — характер отношений
- управленческие, производственные, технические, социальные инновации — сфера распространения
- продуктовые, процессные и аллокационные инновации- предметно-содержательная структура

Следуя данной классификации выделяют наиболее существенные векторы воздействия инноваций на конкурентоспособность предприятий.

Воздействие социально-экономических инноваций определяется оптимизацией использованных ресурсов, организационных — для использования эффекта масштаба, технологические- ресурсо- и энергосбережение. Все это снижает затраты и повышает качество производимой продукции.

Управленческие инновации — новое знание, воплощенное в новых управленческих технологиях, процессах, структурах. Эти инновации основаны

на реализации творческой деятельности для создания совершенно новых управленческих форм и методов. В совокупности это приведет к переустройству системы, которая повысит прибыль, следовательно, и конкурентоспособность. Технические инновации — это использование новой техники, социальные — высокое качество рабочей силы, высокий уровень образования квалификации работников, приводит к более эффективному использованию производственных ресурсов. Именно образовательный уровень отражает креативную способность работников воспринимать новые идеи, появившиеся на рынке. Качество рабочей силы определяет способность экономического субъекта осуществлять собственные научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) или копировать новые продукты у других фирм.

По предметно-содержательной структуре к улучшению потребительских свойств товара и повышению конкурентных преимуществ приведут продуктовые инновации; преобразования, вносимые в процессы, проходящие на предприятии - к снижению издержек, стоимости, повышению качества, сравнительных и конкурентных преимуществ, что произойдет под влиянием процессных инноваций. Реорганизация предприятия, направленная на повышение конкурентоспособности, связана с внедрением аллокационных инноваций [2, с. 87].

Выделяют следующие эффекты от внедрения инноваций, с т. з. конкурентоспособности:

Во-первых, повышение конкурентоспособности товара, создающее конкурентные преимущества на ближайшую и среднесрочную перспективу;

Во-вторых, привитие новых потребностей, создающее конкурентные преимущества на отдаленную перспективу;

В-третьих, повышение эффективности производства, трансформирующее конкурентоспособность товарной массы в конкурентоспособность предприятия.

Подводя итог вышеизложенному, можно сказать, что воздействие на элементы конкурентоспособности со стороны инновационного фактора, формирующее положительные их изменения: улучшение качества продукции, снижение затрат, цены, улучшение сбыта, активизация инновационной деятельности приводит к повышению конкурентоспособности предприятий.

Что касается особенности российского положения в сфере инноваций, то здесь существует ряд проблем.

Выделяют несколько наиболее ярких факторов, которые снижают уровень развития инновационной деятельности. Среди них: недостаточный уровень обеспечения собственными финансовыми средствами. (15,7 %) высокие показатели стоимости нововведений (10,3 %) низкие показатели инновационного потенциала организаций (6,4 %) недостаточная развитость рынка технологий (4,6 %) длительные сроки окупаемости инновационных проектов (6,6 %) неопределенность в сроках инновационного процесса (3,4 %) [3, с. 122].

Для устранения данных проблем, которые препятствуют инновационному развитию в России можно осуществить следующие мероприятия:

- повысить инвестиционную привлекательность предприятия;
- использовать систему государственных гарантий для привлечения долгосрочных инвестиций и т. д.;
- обеспечить доступ к дешевым кредитным ресурсам предприятиям реального сектора экономики;
- наладить систему обеспечения оборудованием,
- активизировать ИД;
- стимулировать вложение собственных инвестиций предприятия в основные фонды с помощью совершенствования в области амортизационной политики, корректировки соответствующих нормативных актов, налоговых льгот;

- стимулировать привлечение частных инвестиций, усовершенствовав нормативно-правовую базу привлечения инвестиций, формирования статистических баз данных для потенциальных инвесторов.

Устраняя вышеуказанные проблемы, российская экономика с легкостью сможет занять высокое положение среди конкурентов и иметь преимущества, за счет повышения эффективности производства, основанное на инновациях.

Важным станет также расширение и повышение эффективности поддержки высокотехнологичного экспорта, включая предоставление госгарантий.

Подводя итог вышесказанному можно сказать, что инновация — это новшество, которое внедряется в предприятие, в его основную линию деятельности, для того, чтобы повысить эффективность работы всей системы путем удовлетворения потребности общества. Где эффективность — это совокупный результат (экономический, производственный, социальный, экологический и иной) от внедрения новшества.

Благодаря внедрению инноваций повышается эффективность работы предприятий, поэтому ИД занимает важное место в процессах развития предприятий. Успешность работы организации достаточно сильно зависит от того, насколько она приспособлена к внешней среде, в какой степени подвижны и гибки ее структуры, а также как она способна к нововведениям.

Каждое предприятие должно стремиться к развитию своего инновационного потенциала, обеспечивая производственные процессы новой технологией, техникой, но при принятии решения о разработке инновационного проекта следует учитывать и риски, которые непременно будут сопровождать любые инновации на всех стадиях их разработки и внедрения.

Российская модель инновационной деятельности все еще далека от инновационной модели, которая способна обеспечить принципиально новое качество экономического развития и завоевать конкурентные позиции на международном рынке.

Список литературы:

1. Валентей С., Нестеров Л. Россия в меняющемся мире: внешние и внутренние вызовы // Вопросы экономики, — 2002, — № 3.
2. Гамидов, Г.С. Инновационная экономика — стратегическое направление развития России в XXI веке / Г.С. Гамидов, Т.А. Исмаилов // Инновации. — 2003. — № 1.
3. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями: Пер. с англ. М.: Экономика, 1989.
4. Фахутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. Учебник 4-е изд. СПб.: Питер, 2004 — 400 с.

ПОРЯДОК НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ ПО ДОГОВОРАМ СТРАХОВАНИЯ

Савенко Анастасия Анатольевна

*студент 5 курса, кафедра Налоги и налогообложение,
Московский государственный университет экономики, статистики
и информатики (МЭСИ),
г. Москва
E-mail: nastena9127@gmail.com*

Зиновьева Марина Андреевна

*студент 5 курса, кафедра Налоги и налогообложение,
Московский государственный университет экономики, статистики
и информатики (МЭСИ),
г. Москва
E-mail: zinoveva.00@list.ru*

Цуркан Луминица Станиславовна

*студент 5 курса, кафедра Налоги и налогообложение,
Московский государственный университет экономики, статистики
и информатики (МЭСИ),
г. Москва
E-mail: ip.tsurkan91@mail.ru*

Ахремцева Анжелика Васильевна

*студент 5 курса, кафедра Налоги и налогообложение,
Московский государственный университет экономики, статистики
и информатики (МЭСИ),
г. Москва
E-mail: blackanz@mail.ru*

Сычева Елена Ивановна

*научный руководитель ст. преподаватель кафедры Налогов и налогообложения,
Московский государственный университет экономики, статистики
и информатики (МЭСИ),
г. Москва
E-mail: esicheva@mail.ru*

Вопрос, как исчислять и уплачивать налог на доходы физических лиц при страховых операциях, возникают нередко. Начиная с 1 января 2008 года, изменился порядок предоставления льготы в отношении страховых выплат по договорам добровольного личного страхования, а также по договорам негосударственного пенсионного обеспечения. В данной статье рассмотрены

особенности налогообложения доходов, полученных физическими лицами по договорам страхования, после внесения изменений в Налоговый кодекс Российской Федерации, а также приведены примеры расчеты налога в зависимости от вида получаемого дохода и условий договора.

Для правильного исчисления налога с доходов, полученных по договорам страхования, необходимо точно определить для них налоговую базу [3, с. 213]. Для осуществления этой цели необходимо обратиться к статье 213 НК РФ.

В соответствии с вышеуказанной статьей НК РФ, полученные доходы можно разделить на две основные категории:

- страховая выплата;
- оплата страхового взноса за налогоплательщика.

Напомним, что страховой выплатой называется денежная сумма, выплачиваемая физическому лицу в соответствии с законом или с заключенным договором при наступлении страхового случая [2, с. 10], а страховым взносом признается внесенная, как правило, в рассрочку сумма оплаты страховых услуг, внесенная страхователем в соответствии с договором [1, с. 954].

В зависимости от статуса физического лица полученные доходы формируют налоговую базу, облагаемую по следующим ставкам:

- для налоговых резидентов РФ — 13 %;
- для физических лиц, не имеющих статуса налогового резидента — 30 %.

Налоговая база в отношении доходов, полученных в связи с реализацией страховых правоотношений, определяется как:

1. полученные выкупные суммы, уменьшенные на сумму внесенных физическим лицом страховых взносов — при досрочном расторжении договора добровольного страхования жизни или договора добровольного пенсионного страхования;

Исключением является ситуация, когда расторжение договора страхования происходит по причинам, не зависящим от воли сторон: в этом случае полученные выкупные суммы не подлежат налогообложению.

Также следует учитывать, что в случае расторжения договора добровольного пенсионного страхования также увеличивают налоговую базу уплаченные суммы страховых взносов, если налогоплательщику в отношении них был предоставлен социальный налоговый вычет.

В связи с этим, страховщик обязан не только выплатить указанную в договоре выкупную сумму, но и удержать налог за каждый календарный год, в котором налогоплательщик имел право на получение такого вычета.

2. внесенные за налогоплательщика страховые взносы, если они оплачиваются за счет средств работодателей (организации или ИП, которые не являются работодателями в отношении лиц, за которых они вносят страховые взносы);

3. в отношении доходов, полученных налогоплательщиком по договорам добровольного страхования имущества, а также страхования гражданской ответственности при наступлении страхового случая налоговая база определяется следующим образом:

• в случае гибели или уничтожения застрахованного имущества (имущества третьих лиц):

$$Д = СВ - (РСт + СВз), \quad (1)$$

где: Д — сумма полученного дохода, подлежащая налогообложению;

СВ — сумма полученной страховой выплаты;

РСт — рыночная стоимость имущества на момент заключения договора (на дату наступления страхового случая – при страховании гражданской ответственности);

СВз — сумма уплаченных страховых взносов.

• при повреждении застрахованного имущества (имущества третьих лиц):

$$Д = СВ - (СтР + СВз), \quad (2)$$

где: СтР — стоимость ремонта (восстановления) или сумма расходов, необходимая для его проведения.

Для того, чтобы воспользоваться правом уменьшить налоговую базу на сумму стоимости ремонта (восстановления) имущества или сумму, необходимую для его проведения, необходимо представить в налоговые органы подтверждающие расходы документы:

- договор (или его копия) о выполнении работ (об оказании услуг);
- документы, подтверждающие принятие выполненных работ (оказанных услуг);
- платежные документы, оформленные в установленном порядке, подтверждающие факт оплаты.

В случае отсутствия перечисленных документов, налогооблагаемая база определяется как сумма полученной физическим лицом страховой выплаты, уменьшенная на сумму уплаченных страховых взносов.

Следует отметить, что не включаются в сумму дохода при формировании налоговой базы суммы расходов, осуществленных в связи с расследованием обстоятельств страхового случая и оценкой размеров нанесенного ущерба, а также суммы судебных и иных расходов, произведенных в соответствии с действующим законодательством и условиями договора страхования.

Для правильного расчета подлежащего уплате налога на доходы физических лиц необходимо учитывать, что в соответствии с законодательством РФ, некоторые категории страховых выплат не подлежат налогообложению и, соответственно, не учитываются при формировании налогооблагаемой базы. К ним относятся страховые выплаты, полученные:

1. по договорам обязательного страхования, осуществляемого в порядке, установленном действующим законодательством;
2. по договорам добровольного личного страхования, предусматривающим возмещение вреда жизни, здоровью и медицинских расходов (за исключением оплаты санаторно-курортных путевок);

3. по договорам добровольного пенсионного страхования, заключенным со страховыми организациями, если такие выплаты осуществляются при наступлении в соответствии с законодательством РФ пенсионных оснований;

4. по договорам добровольного страхования жизни, связанным с дожитием застрахованного лица до определенного возраста или срока, либо в случае наступления иного события.

При определении налоговой базы необходимо учитывать, что доходы, полученные в последнем случае, не подлежат налогообложению только при одновременном выполнении двух условий:

- страховые взносы уплачиваются налогоплательщиком самостоятельно;
- второе условие можно представить при помощи следующих формул:

$$CB \leq BCBз + x, \quad (3)$$

где: CB — сумма страховых выплат;

BCBз — сумма внесенных страховых взносов.

$$x = CB1 * СГС1 + CB2 * СГС2 + \dots + CB_n * СГС_n \quad (4)$$

где: CB — сумма страховых взносов, со дня заключения договора по день окончания каждого года действия такого договора.

СГС — среднегодовая ставка рефинансирования, которая рассчитывается по формуле:

$$СГС = \frac{ССР1 + ССР2 + ССР3 + \dots + ССР_m}{m} \quad (5)$$

где: ССР1, ССР2, ССР3, ССР m — ставка рефинансирования Банка России, которая действовала на 1-е число каждого календарного месяца года действия договора;

m — количество месяцев года, в течение которых действовал договор.

Рассмотрим этот случай на примере:

15 апреля 2010 года Новосельцев А.Е. заключил договор страхования на дожитие до восемнадцатилетия своего сына, Новосельцева В.А. (дата рождения — 15 апреля 1994 года). Взносы по договору Новосельцев вносил в размере 50 000 ежемесячно. Рассчитаем сумму налога на доходы физических лиц, а также сумму страховой выплаты, которая не облагается НДФЛ.

Сумма внесенных за 3 года составила 1 200 000 руб.

Решение:

15 апреля 2010 года Новосельцев А.Е. заключил договор страхования на дожитие до восемнадцатилетия своего сына, Новосельцева В.А. (дата рождения — 15 апреля 1994 г). Взносы по договору Новосельцев вносил в размере 50 000 ежемесячно. Рассчитаем сумму налога на доходы физических лиц, а также сумму страховой выплаты, которая не облагается НДФЛ.

Сумма внесенных за 3 года составила 1 200 000 руб.

- в 2010 г. — 50 000 р.*9 мес.=450 000 руб (ВСВз 1)
- в 2011 г. — 50 000*12 мес.=600 000(ВСВз 2)
- в 2012 г. — 50 000*3 мес.=150 000 (ВСВз 3)

15 апреля 2012 года Анатолий Ефремович получил страховую выплату в размере — 1 500 000 руб.

Для расчета определим среднегодовые ставки рефинансирования, которые действовали в течение 3-х лет:

29 марта 2010 г. — 29 апреля 2010 г. — 8,25

30 апреля 2010 г. — 31 мая 2010 г — 8

1 июня 2010 г. — 27 февраля 2011 г. — 7,75

28 февраля 2011 г. — 2 мая 2011 г. — 8

3 мая 2011 г. — 25 декабря 2011 г. — 8,25

26 декабря 2011 г. — 13 сентября 2012 г. — 8

Рассчитаем среднегодовую ставку рефинансирования:

$$2010 \text{ г. } \text{ССР1} = \frac{8,25 * 1 + 8 * 1 + 7,75 * 7}{9} = 7,83\%$$

$$2011 \text{ г. } \text{ССР2} = \frac{7,75 * 2 + 8 * 3 + 8,25 * 7}{12} = 8,104\%$$

$$2012 \text{ г. } \text{ССР3} = \frac{8 * 3}{3} = 8\%$$

Рассчитаем сумму страховых выплат, которая не облагается НДФЛ:

$$\text{ВСВз} + \text{х} = 1\,200\,000 \text{ руб.} + 450\,000 \text{ руб.} * 7,83\% + 600\,000 \text{ руб.} * 8,104\% + 150\,000 \text{ руб.} * 8\% = 2\,295\,859 \text{ руб.}$$

Сумма НДФЛ составит $(1\,500\,000 \text{ руб.} - 2\,295\,859 \text{ руб.}) * 13\% = 26\,538,3 \text{ руб.}$

Если же хотя бы одно из вышеуказанных условий не выполняется, то сумма полученных выплат по договору страхования подлежит налогообложению.

Кроме того, при определении налоговой базы не учитываются страховые взносы, уплаченные за физических лиц работодателями:

- если страхование работников производится работодателями в обязательном порядке в соответствии с действующим законодательством;
- по договорам добровольного личного страхования;
- по договорам добровольного пенсионного страхования

В заключение хотелось бы сказать, что налогообложение доходов физических лиц по договорам страхования является одним из вопросов, не имеющих на данный момент обширной судебной практики. Данное обстоятельство говорит о том, что финансовый сектор экономики только начинает развиваться, деформироваться и обсуждаться на законодательном

уровне. Этот факт подтверждают комментарии и разъяснения, которые предоставляют каждый год органы, контролирующие данную сферу деятельности.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая от 30.11.1994 г. — № 51-ФЗ — ст. 954.
2. Закон РФ от 27.11.1992 № 4015-1 (ред. от 23.07.2013) «Об организации страхового дела в Российской Федерации» п. 3 ст. 10
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 23.07.2013) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.10.2013) ст. 213.

К ВОПРОСУ О ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЕ РОССИИ И ЕВРОПЫ

Тихонова Евгения Андреевна

*студент, Московский Государственный Машиностроительный Университет,
г. Москва*

E-mail: evgeniya_tihonova1107@mail.ru

Транспорт — одна из наиболее значимых отраслей хозяйства. Можно сказать, что транспортная система подобна кровеносной системе в сложном организме страны. Без системы транспорта стране не возможно полноценно и комплексно развиваться. Почему же придается такое значение транспорту? Потому что транспортный фактор оказывает огромное влияние на размещение производства, без его учета нельзя достичь рационального расположения производства, добывающих и обрабатывающих производств. Также транспорт имеет важное значение в решении социальных и экономических проблем, например, в международных коммуникациях и при осуществлении экономических связей. Транспорт обеспечивает перемещение и передвижение грузов (товаров) и пассажиров (людей) между разными странами, то есть в международных сообщениях.

Структурно транспорт представляет собой систему, которая состоит из двух подсистем: транспорта общего и не общего пользования. Надо отметить, что обе эти подсистемы могут быть представлены предприятиями различной формы собственности: федеральной (государственной), муниципальной или частной.

Рассмотрим транспорт общего пользования. Данный вид транспорта выступает в роли самостоятельной отрасли материального производства, который обслуживает сферу обращения, и обеспечивает связь между сферами производства и потребления. Таким образом, транспорт общего пользования — это транспорт, который в соответствии с действующим законодательством обязан осуществлять перевозки грузов и пассажиров, независимо от того, кем эти перевозки были предъявлены: государственными предп-

рительствами или учреждениями, общественными организациями, фирмами или частными лицами.

Транспорт не общего пользования, в отличие от транспорта общего пользования, осуществляет перевозки продукции внутри сферы производства, то есть для какого-либо конкретного предприятия, организации или фирмы. Перевозки, выполняемые данным видом транспорта, являются внутрипроизводственными, или, как их еще называют, технологическими. К промышленному транспорту относится ведомственный транспорт промышленных предприятий.

Помимо разделения на транспорт общего пользования и необщего, в частных случаях транспорт делят на магистральный и немагистральный. Например, промышленный транспорт — это немагистральный транспорт. Название «магистральный транспорт» иногда применяется для обозначения путей сообщения, которые связывают большие города, промышленные центры, как страны, так и крупного региона. В таком случае ответвления от основных магистралей, не являются звеньями магистрального транспорта (пусть даже данные ответвления входят в состав транспорта общего пользования) и чаще всего называются линиями местного значения.

Транспорт общего пользования по целям экономического анализа классифицируется следующим образом:

- универсальный (автомобильный, железнодорожный, водный, воздушный) и специальный;
- внутренний (осуществляет перевозки внутри страны) и внешний (обычно морской, выполняет перевозки не только внутри страны, но и за рубеж);
- круглогодичный (автомобильный, железнодорожный и т. д.) и сезонный (внутренний водный).

Современный мир развивается с огромной скоростью, новые технологии, увеличение торговли, необходимость быстрых и безопасных перевозок придают транспортной системе все большее значение.

Возьмем, к примеру, территорию европейских стран, которая охвачена густой сетью автомобильных дорог и магистралей. Западной Европе принадлежит первое место в мире по обеспеченности транспортной сетью и частоте движения. Но при этом уступает Восточной Европе и Северной Америке по дальности перевозок. Европа, не смотря на значительную экономическую неоднородность — это единая инфраструктурная система, объединенная свободой перемещения её населения, единой денежной единицей и сфокусированной по единому направлению политикой. Высокоскоростные железные дороги служат связью различных стран Европы в одно целое. Именно благодаря единой инфраструктуре экономическое пространство Европейского Союза так успешно функционирует, а транспорт выполняет роль важнейшего фактора, влияющего и определяющего развитие и укрепление современной экономики. Автоперевозки из Европы во все страны Азии доказали необходимость строительства скоростных магистралей и шоссейных дорог. На данный момент можно четко выделить страны-лидеры. Эти страны являются основой транспортной системы Европейского Союза. Наибольшее количество предприятий расположено в Германии, имеющих отношение к железнодорожному транспорту — 132, практически на том же уровне Италия — здесь таких предприятий 131, а вот Великобритания на первом месте в морском и воздушном транспорте (видимо в силу своего географического положения), что касается автомобильного транспорта, то тут лидирует Испания. В настоящее время развитие транспортной системы Европейского Союза направлено не только на беспрепятственное функционирование единого европейского рынка. Также важнейшей задачей стратегического направления является формирование современной транспортной системы. Главный критерий — это соответствие структуре как европейского хозяйства, так и мирового. Однако, существуют сложности, в частности главный недостаток европейских транспортных систем — перегруженность одних видов транспорта и недостаточное использование других. Например, доля перевозок автомобильного транспорта составляет 44 % от всех грузоперевозок,

а вот загрузка железнодорожного транспорта составляет всего 8 %. На долю внутреннего водного транспорта приходится и того меньше — 4 %. Таким образом, каким бы современным и усовершенствованным не был европейский транспорт, проблема перегрузки аэропортов, железнодорожных и автомобильных трасс во многих городах остается актуальной и на сегодняшний день.

Россия также располагает всеми современными видами транспорта. В целом по размещению и структуре российские транспортные коммуникации соответствуют внутренним и внешним транспортно-экономическим требованиям страны, но нуждаются в значительной модернизации.

Рассмотрим протяженность транспортной системы России по состоянию на начало 2012 года:

- железные дороги общего пользования — 86 тыс. км;
- промышленный железнодорожный транспорт — 38 тыс. км путей;
- автомобильные дороги общего пользования — 903 тыс. км, в том числе дорог с твердым покрытием — 711 тыс. км;
- внутренние водные пути — 101 тыс. км;
- трамвайные пути — 2,5 тыс. км;
- пути метрополитена — 485 км;
- троллейбусные линии — 4,8 тыс. км;
- воздушные трассы — 639 тыс. км, из которых более 468 тыс. км являются международными.

У российской транспортной системы существует масса недостатков. Наиболее острой проблемой отечественной транспортной системы является постоянная нехватка средств (особенно это касается автомобильных дорог, железнодорожного транспорта и внутренних водных путей), и как следствие, отсутствие долговременной эксплуатации.

В ряде ключевых сегментов транспортной системы особо выделяют низкий уровень производственной базы и неудовлетворительное состояние технического оснащения.

К ряду основных недостатков российского транспорта также относят малый объем реконструкции, ремонта и строительства как инфраструктурных транспортных объектов, так и самого транспорта и различной транспортной техники. Большая степень износа и использование устаревших транспортных средств приводит к значительному ухудшению функционирования транспортной системы. Железнодорожная инфраструктура в России сильно загружена, и нагрузка растет быстрее, чем уровень технической вооруженности. При увеличении за последние 10 лет протяженности автомобильных дорог общего пользования на 15 процентов автомобильный парк вырос более чем в 1,7 раза. Тем самым необходимо оперативно решать проблемы, увеличивать объем строительства и реконструкции, грамотно ремонтировать дорожные сети и магистрали.

На отметить, что в отдельных странах и даже в разных регионах одной страны соотношение использования различных видов транспорта в транспортных системах может значительно отличаться. Если рассматривать промышленно развитые страны, то можно отметить сложную, разветвленную структуру всех видов транспорта, включая электронный. США, Япония, Франция, Германия, Англия — в этих странах наиболее высокий уровень развития транспортной инфраструктуры. На эти страны приходится около 85 % грузооборота мирового внутреннего транспорта (без учета морского дальнего плавания). В странах Западной Европы популярностью пользуется автомобильный транспорт (40 % грузооборота), а также железнодорожный транспорт (25 % грузооборота, остальные 35 % распределяются между трубопроводным видом транспорта, внутренним водным и морским (ближним) каботажом).

Рассмотрим сухопутный транспорт.

Во все времена особую роль занимал железнодорожный транспорт, особенно в перевозке массовых грузов. Около 50 % общей длины железных дорог приходится на 10 стран — США, Россия, Индия, Канада, Китай. По густоте железных дорог лидирует Западная Европа. Железные дороги

Россия занимает по протяженности примерно 7 % железнодорожных магистралей мира. На их долю приходится более 20 % грузооборота и 15 % пассажирооборота всех стран мира. Для России железные дороги — это важнейший элемент экономики страны, система, которая обеспечивает 80 % грузовых и свыше 43 % всех пассажирских перевозок.

Во внутригородских и пригородных пассажироперевозках первое место занимает автомобильный транспорт. По длине автомобильных дорог лидируют — США, Россия, Индия; а по густоте — Европа и Япония.

Из-за роста добывающей отрасли (преимущественно добыча нефти и газа) быстрое развитие получил трубопроводный транспорт. Мировая сеть нефтепроводов в настоящее время имеет протяженность более 400 тыс. км., сеть (магистральных газопроводов еще больше — 900 тыс. км.). Использовать трубопроводные транспорт выгоднее, так как себестоимость перевозки втрое ниже, чем по железной дороге. Трубопроводы оказывают меньшее негативное воздействие на природу, а также обеспечивают бесперебойные перевозки. В Западной Европе они проходят от морских портов к промышленным центрам в глубине континента. В России нефте- и газопроводы проведены из районов Зап. Сибири и Поволжья в Европейскую часть страны и далее в Вост. и Зап. Европу. Длина нефтепровода «Дружба» 5,5 тыс. км., а газопровода Уренгой-Западная Европа около 4,5 тыс. км.

Рассмотрим водный транспорт.

Самым дешевым мировым транспортом является. Он обеспечивает более 75 % перевозок между странами (общий объем грузов — около 3,6 млрд. т в год), обслуживает 4/5 всей международной торговли, перевозит наливные, навалочные, насыпные грузы. Наибольший тоннаж морского торгового флота у Японии, США, Греции, России. По размерам морских перевозок лидирует Атлантический океан.

К крупнейшим мировым портам (по показателю грузооборота) относятся: Роттердам (Нидерланды), Сингапур, Шанхай (Китай), Нагоя, Токио-Иокогама

(Япония), Новый Орлеан, Нью-Йорк, Филадельфия, Сан-Франциско (США), Антверпен (Бельгия), Гавр, Марсель (Франция), Лондон и др.

Судоходные реки, внутренние водоемы и каналы используются речным транспортом. Наиболее крупными мировыми судоходными каналами и водными речными путями:

- Береговой канал (США),
- Великий канал (Китай),
- Волго-Камский водный путь (Россия),
- водный путь Рейн-Майн-Дунай в Европе.

Речной транспорт обычно используется для внутренних перевозок стран, но иногда и для международных перевозок (например, по рекам Рейн, Дунай в Европе и др.). В США существует самый большой речной и озерный флот. По объему грузооборота внутреннего водного транспорта лидирует Китай, Россия, Канада и Германия.

Рассмотрим воздушный транспорт.

Самым молодым и динамичным является воздушный транспорт. Занимает первое место в межконтинентальных перевозках. В развитых странах уже имеется густая сеть авиалиний. В США самый крупный воздушный самолетный парк, чуть-чуть отстает Канада, Франция и Австралия. Только в одной Европе около 400 аэропортов, а по всему миру более 1 000 аэропортов, участвующих в международных воздушных сообщениях. Крупнейшие аэропорты мира сосредоточены: в Чикаго, Лос-Анджелес, Атланта, Нью-Йорке (Кеннеди), Сан-Франциско; Лондоне (Хитроу); Токио, Франкфурт-на-Майне и в Париже.

В Европе в настоящее время все большее внимание уделяется окружающей среде, и в том числе зеленой логистике. С развитием транспорта увеличивается отрицательное воздействие на окружающую среду. Многие страны объявляют, что они “going Green”, то есть они ведут свою политику таким образом, чтобы противостоять ущербу, нанесенному окружающей среде. У России много проблем с транспортной системой, и все же, следует прямо сейчас начинать

решать проблемы с учетом экологии. Тем самым, развиваясь наравне с Европой, у России появляются новые возможности для улучшения современной транспортной системы.

Таким образом, транспортная система России для улучшения ситуации нуждается в реструктуризации. В автотранспорте необходимо внедрить современный состав, отвечающей последним европейским стандартом экологичности. Ж/д транспорт нуждается в рациональном использовании железнодорожного полотна; авиация — наращивании количеств единиц летной техники гражданских грузоперевозок.

Список литературы:

1. Ладвищенко В.Ю.: Транспортная политика Европейского союза: диссертация канд. полит. наук. СПб, 2011. — С. 70—85.
2. Официальный сайт государственной статистики РФ [Электронный ресурс] Режим доступа. — URL: www.gks.ru
3. Официальный сайт Министерства транспорта Российской Федерации. [Электронный ресурс] Режим доступа. — URL: <http://www.mintrans.ru>

К ПРОБЛЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ УЧАЩИХСЯ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

***Фролов Евгений Николаевич**
студент 3 курса, кафедра ИТ,
г. Омск
E-mail: ESP0505@mail.ru*

***Пузанова Евгения Сергеевна**
научный руководитель, председатель ПЦК, преподаватель,
г. Омск*

***Шертман Инна Рувимовна**
научный руководитель, председатель ПЦК, преподаватель,
г. Омск*

В условиях формирования рыночных отношений в России и информатизации и автоматизации общества появляются явления и процессы, которые направлены на практическое внедрение получаемых знаний и умений, которые смогут удовлетворить различные потребности человека. Определенные — как социальные, так и экономические условия, сложившиеся в стране формируют необходимость внесения в реальную жизнь новых требований к современному человеку — развитие качеств делового человека.

Предпринимательские способности — это достаточно сложная для восприятия и, как следствие, очень мало анализируемая часть ресурсов и возможностей человека, так же это — определенные способности, которые определяют возможности современного человека заниматься предпринимательской деятельностью успешно.

Предпринимательские способности считаются особым видом человеческого капитала, как деятельность по координации и комбинированию всех основных факторов и ресурсов производства.

У современного делового человека — предпринимателя должно сочетаться большое количество общих и специальных качеств и способностей. Он должен быть и энергичным, и решительным, и сообразительным, и инициативным,

и хозяйственным, и гибким, и отличаться быстротой ума, и обладать самостоятельностью мышления и многим другими качествами.

Предпринимательские способности включают в себя:

- Инициаторские способности для объединения различных ресурсов для производства какого-либо товара или услуги;
- уметь принимать эффективные решения по управлению производством;
- внедрение новых технологий и инноваций, для совершенствования производства или определенных изменений производственной деятельности для производства новой продукции, товаров и услуг;
- быть ответственным за все экономические риски, связанные с изменениями производства и реализации продукции.

Обладая предпринимательскими способностями современный человек, он обладает так же и возможностью использовать эффективное сочетание ресурсов в процессе производства, создает и применяет новации, идет на риск, который необходим для выполнения поставленной цели.

Определенные качества успеха современного предпринимателя определяются развитием компетентности, предприимчивости, самоорганизованности, личностными характеристиками, умением организации и эффективностью управления.

Так же эффективность деятельности и успех современного предпринимателя может быть определен такими характеристиками личности, психологическими качествами — внимание, память, мышление, речь.

Определенные и творческие и предпринимательские способности, которые необходимы для формирования творческих инициатив потенциального современного предпринимателя — это понимание себя и особенно других людей, так же наличие лидерских качеств, умение разрешать конфликтные ситуации, управлять ими, действовать в условиях неопределенности, работать в команде, стимулировать и мотивировать усилия работников, формировать организационные структуры и такие группы качеств, как профессионально-

деловые, административно-организаторские, социально-психологические и моральные.

При помощи психологического теста можно определить и выявить потенциальные предпринимательские способности, т. е. такие специальные способности, которые дают возможность человеку успешно заниматься предпринимательской деятельностью. Разработанная мною программа тестирования на наличие предпринимательских способностей позволит определить вид личности, к которому относится тестируемый и выявить наличие у него предпринимательских способностей.

Программа тестирования состоит из следующих частей:

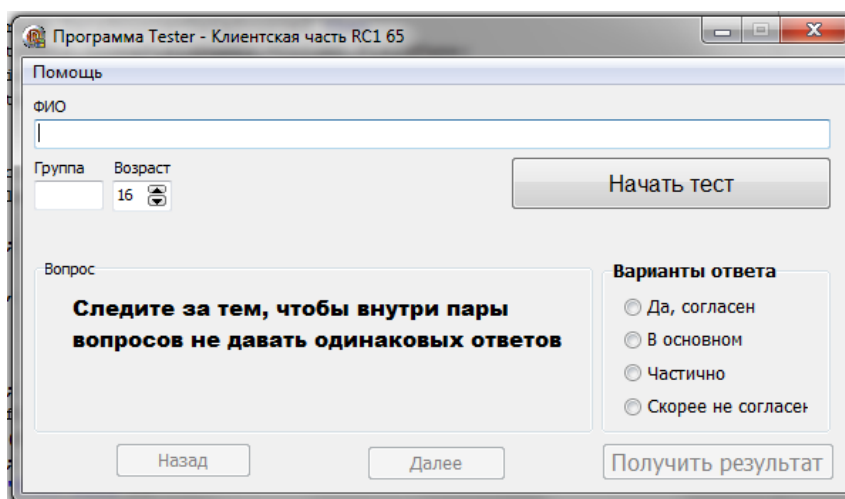


Рисунок 1. Сбор данных о тестируемом

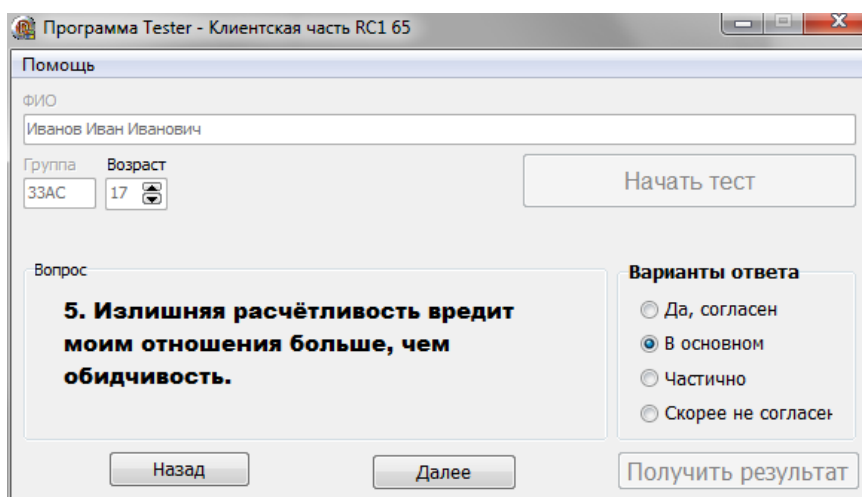


Рисунок 2. Ответы на предложенные вопросы

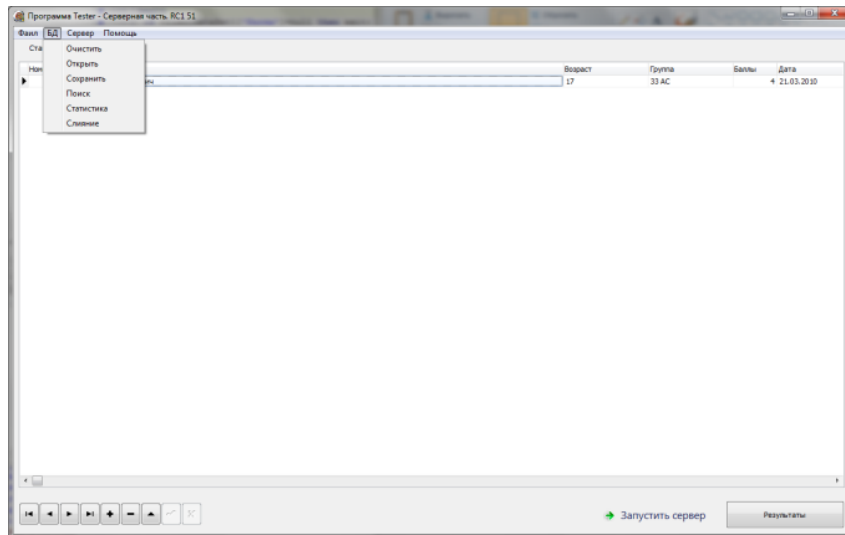


Рисунок 3. Получение итогов тестирования

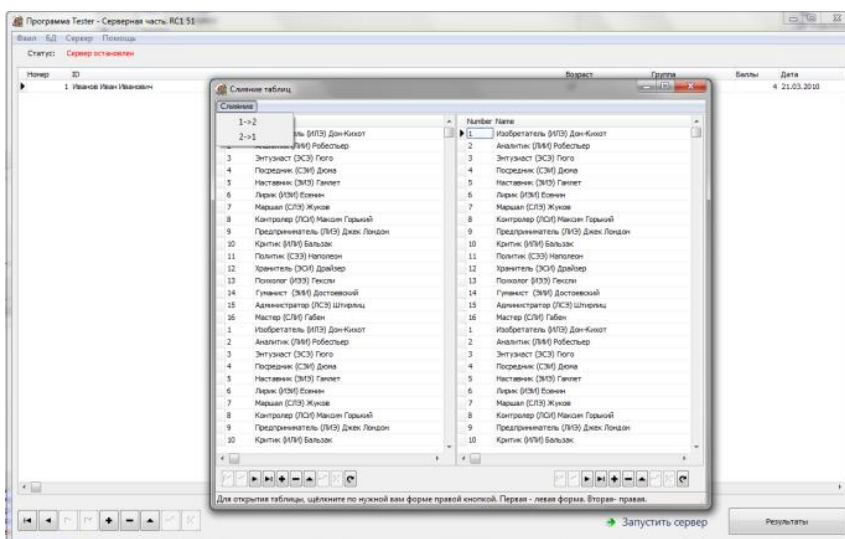
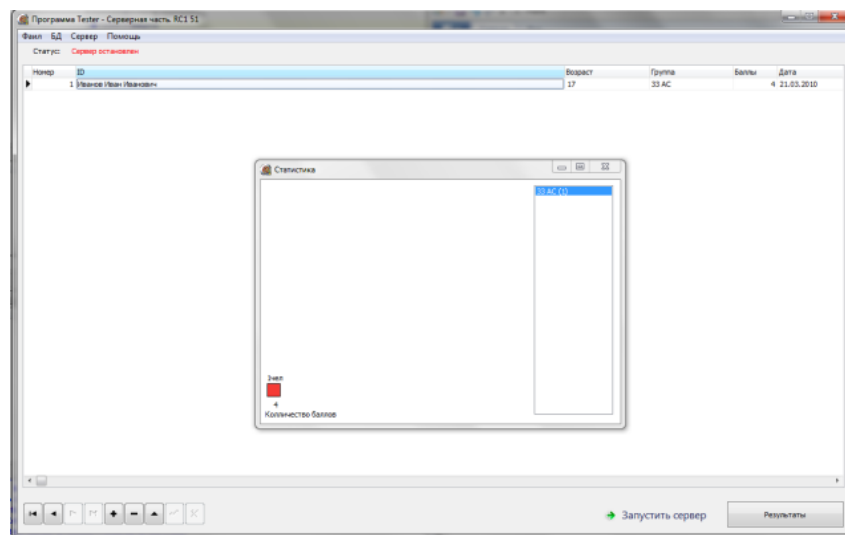


Рисунок 4. Обработка и статистика полученных результатов

Экспериментальное тестирование было проведено в мае 2013 года в БОУ ОО СПО «Торгово-экономическом колледже» среди студентов групп 41М, 31 М, 41 АС.

Определение у студентов колледжа способностей быть предпринимателем даст возможность в дальнейшем помогать создавать со студентами своих новых предприятий в сфере малого и среднего предпринимательства. Так как и малое, и среднее предпринимательство это определенная часть современной рыночной экономики, что позволяет сформировать здоровую конкурентоспособную среду, способствующую эффективно функционировать экономике страны.

Внедрение данного проекта даст возможность выпускникам колледжа быть наиболее компетентными на современном рынке труда, потому что смогут применить свои способности и полученные знания и умения применить в решении не только проблем в различных сферах деятельности, но и организации собственного дела.

Список литературы:

1. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник. М.: Дашков и К, 2012. — 519 с.
2. Информационные технологии в профессиональной деятельности: Учебное пособие для средне профессионального образования / Е.В. Михеева 3-е изд., М.: Издательский центр «Академия», 2005. — 384 с.
3. Конюховский П.В., Колесов Д.Н. Экономическая информатика: учебник. СПб: Питер, 2001. — 560 с.
4. Карминский А.М., Нестеров П.В. Информатизация бизнеса. М.: Финансы и статистика, 2011. — 416 с.
5. Попков В.П. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. Спб.:Питер, 2007. — 252 с.

ДИНАМИКА И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА В РОССИИ, А ТАК ЖЕ ОСНОВНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ЕГО РАСШИРЕНИЯ

Чекмарёва Ксения Михайловна

*студент 3 курса, Школа экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета (ДВФУ),
г. Владивосток
E-mail: kseniya.chekmareva@bk.ru*

Николаев Дмитрий Валентинович

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ДВФУ,
г. Владивосток*

Современное состояние потребительского спроса, а так же его высокая значимость в процессах обеспечения устойчивого сбалансированного роста национальной экономики делают задачи его расширения и оптимизации его структуры важными и неотложными. Разнообразие факторов, определяющих потребительский спрос на внутреннем рынке страны, существует во множестве комбинаций [1]. Определим динамику и особенности потребительского спроса в России, рассмотрев основные экономические показатели.

Характеризуем динамику развития российской экономики на основе показателей ВВП, приведенных в таблице 1 [4]. Из представленных данных видна положительная динамика экономического роста в России. Текущие темпы прироста экономики являются значимыми. В 2003 году ВВП составлял 13208,2 млрд. руб., а в 2012 — 62599,1 млрд. руб. [4], что свидетельствует об увеличении данного показателя за 10 лет почти в 5 раз. В 2013 году ведущие специалисты прогнозируют прирост ВВП на 3,8 %. Такие изменения характеризуют расширение потребительского рынка и потребительского спроса соответственно.

Таблица 1.**Динамика валового внутреннего продукта РФ**

Показатель	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Темп роста ВВП (в процентах к предыдущему году)	107,3	107,2	106,4	108,2	108,5	105,2	92,2	104,5	104,3	103,4

Источник: www.gks.ru

Общую динамику потребительского спроса можно проследить при анализе показателей ВВП по структуре расходов. ВВП по расходам включает конечное потребление домашних хозяйств, государственные расходы, валовые накопления, чистый экспорт (Таблица 2) [4]. Как следует из предоставленных данных, структура ВВП России по расходам характеризуется относительно низким, по сравнению с развитыми странами, уровнем роли потребления домашних хозяйств в общем объеме ВВП. В 2012 году оно составило только 48,8 %. В целом за 10 лет увеличилась доля государственных расходов и валового накопления, но уменьшилась доля чистого экспорта. В период с 2008 по 2012 год наблюдается весомое сокращение потребления домашних хозяйств. Текущая динамика негативно сказывается на возможности расширения потребительского спроса.

Таблица 2.**Структура использования ВВП (в %)**

Показатель	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Расходы на конечное потребление домашних хозяйств	49,5	49,6	49,3	48,2	48,2	48,4	54,1	51,0	48,7	48,8
Расходы на конечное потребление государственного управления	17,9	17,0	16,9	17,4	17,3	17,8	20,8	18,7	18,0	18,6
валовое накопление	20,9	20,9	20,1	21,2	24,2	25,5	18,9	22,6	25,5	26,0
чистый экспорт	11,4	12,3	13,7	12,7	8,6	9,2	7,4	8,1	8,6	7,3

Источник: www.gks.ru

Рассмотрим подробнее динамику доходов населения России. В 2003 году денежные доходы населения всего составили 8900,5 млрд. руб., а в 2012 — 39318,2 млрд. руб. **Ошибка! Источник ссылки не найден.**[1], то есть за 10 лет произошло их увеличение почти в 4,5 раз, что свидетельствует о появлении больших возможностей у населения покупать новые товары. Так же позитивное влияние на потребительский спрос оказывает процесс роста значения заработной платы как основного источника доходов в общих доходов домашних хозяйств. В 2003 году доля доходов от оплаты труда составила 63,9 %, а в 2012 — уже 66,2 %. Произошло значительное повышение доли социальных выплат с 14,1 % в 2003 году до 18,2 % в 2012 году. Это свидетельствует о действиях государства, направленных на перераспределение доходов, сокращение уровня бедности. Но показатели доходов от собственности на сегодняшний день достаточно малы. Более того процент дохода от собственности, составлявший в 2003 году 7,8 % в 2012 году упал до отметки 5,1 %, что отражает не совсем благоприятную ситуацию с благосостоянием населения страны.

Таблица 3.

Структура доходов населения по источникам поступления

Показатель	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Оплата труда, включая скрытую зарплату	63,9	65,0	63,6	65,0	67,5	68,4	67,3	65,2	65,6	66,2
Доходы от предпринимательской деятельности	12,0	11,7	11,4	11,1	10,0	10,2	9,5	8,9	8,9	8,5
Социальные выплаты	14,1	12,8	12,7	12,0	11,6	13,2	14,8	17,7	18,3	18,2
Доходы от собственности	7,8	8,3	10,3	10,0	8,9	6,2	6,4	6,2	5,2	5,1
другие доходы	2,2	2,2	2,0	1,9	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0

Источник: www.gks.ru

Потребительский рынок в России является неоднородным, на нем четко прослеживаются различные группы потребителей с соответствующей им покупательской способностью. Анализ структуры населения по величине

среднедушевых денежных доходов (Таблица 4) показывает высокую дифференциацию населения по уровню дохода, что обуславливает неравенство в потреблении. Процент малоимущего населения все еще велик, его потребление ограничивается доходами ниже прожиточного минимума. Такая группа населения имеет возможность удовлетворить только минимальные потребности товарами и услугами, имеющими самую низкую цену и, как правило, плохое качество. Но в целом, судя по динамике за последние 5 лет, можно определить, что число малообеспеченных слоев населения снижается. Доля населения с доходом в 15—25 тыс. руб. в месяц самая высокая и составляла в 2012 году 25,3 %, но для образования устойчивого среднего класса, на который приходится приобретение большей части потребительских товаров, этот показатель все еще невелик. Необходимо стимулировать его рост для увеличения стабильности спроса, экономики и общества в целом.

Таблица 4.

Структура населения по величине среднедушевых доходов

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012
Величина прожиточного минимума на конец года (в среднем на душу населения; руб. в месяц)	4693	5144	5902	6209	6705
Население со среднедушевыми денежными доходами в месяц руб., в %:					
до 3500,0	7,3	5,3	3,8	2,8	2,2
3500,0—5000,0	8,6	7	5,6	4,5	3,7
5000,1—7000,0	12,5	10,9	9,4	8,1	7
7000,1—10000,0	17	15,9	14,6	13,4	12,1
10000,1—15000,0	20,2	20,4	20,2	19,8	18,8
15000,0—25000,0	19,8	21,9	23,5	24,8	25,3
25000,1—35000,0	7,7	9,3	10,8	12,1	13,3
свыше 35000,0	6,9	9,3	12,1	14,5	17,6

Источник: www.gks.ru

Одной из особенностей потребительского спроса в российской экономике является его формирование при наличии существенных запасов предметов потребления у конечных потребителей в домашнем хозяйстве. Запасы

современных российских домохозяйств связаны с тем, что в предшествующем периоде хронического дефицита стремление делать запасы различных продовольственных и непродовольственных товаров было экономически необходимым. Наличие существенных потребительских запасов сказывается на потребительском спросе неоднозначно. С одной стороны, он возрастает и, прежде всего за счет стремления купить товаров больше, чем это требуется в данный момент для образования резерва в виде потребительских запасов. С другой стороны, при их наличии потребительский спрос приобретает нерегулярный характер, в определенной степени циклический, что сказывается на конечном потреблении домохозяйств, структуре их потребительских расходов.

Проведя анализ данных о структуре и динамике использования денежных доходов (Таблица 5), можно сделать следующие выводы. Во-первых, доля расходов населения на покупку товаров и оплату услуг за последние 10 лет оставалась стабильной и в среднем составляла 70,8 %. В период с 2011 по 2012 год произошел значительный рост данного показателя, в 2012 году он составил 74,3 %. Это свидетельствует о расширении потребительского спроса. Во-вторых, высокий процент сбережений свидетельствует об еще одной особенности потребительского спроса, который с одной стороны постоянно растет, а с другой стороны, существует постоянно отложенный спрос, выраженный в сбережениях и наличной валюте.

Таблица 5.

Структура и динамика использования денежных доходов

Показатели, %	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Покупка товаров и оплата услуг	69,1	69,9	69,5	69,0	69,6	74,1	69,8	69,6	73,5	74,3
Обязательные платежи и разнообразные взносы	8,3	9,1	10,1	10,5	11,8	12,3	10,5	9,7	10,3	10,7
сбережения	12,7	11,0	10,4	10,3	9,6	5,3	13,9	14,8	10,4	10,1
покупка валюты	7,2	8,2	8,5	6,8	5,2	7,9	5,4	3,6	4,2	4,9
прирост (уменьшение) денег на руках у населения	2,7	1,8	1,5	3,4	3,8	0,4	0,4	2,3	1,6	--

Источник: www.gks.ru

Структура потребительских расходов домашних хозяйств (Приложение А) показывает сокращение доли расходов домашних хозяйств на продукты питания в целом: в 2003 году он составлял 35,8 %, а в 2012 — 27,9 %. В период с 2008 по 2012 годы стабильным остается потребление овощей, фруктов, молочных изделий, сыра, яиц. Показатель расходов на алкогольные напитки так же упал с 3,2 % до 2,5 %. Такие показатели свидетельствуют о тенденции среди потребителей к здоровому питанию, которая так же находит свое отражение во множестве маркетинговых исследований. Стабильным за последние 5 лет остается спрос на одежду и обувь, в среднем расходы на их приобретение составляют 10,4 %. Увеличился уровень расходов на транспорт, в том числе на его покупку и оплату, с 9,2 % в 2003 до 15,9 в 2012, так же уровень расходов на связь (с 2,4 % до 3,7 % соответственно) и на здравоохранение (с 2,2 % до 3,5 %), а также на другие услуги. Данные свидетельствуют о том, что произошло изменение структуры потребительских расходов — сократилась доля расходов на продукты питания и возросла доля расходов на непродовольственные товары и услуги, в том числе длительного пользования.

Потребительский спрос в России характеризует тенденция роста потребления товаров не первой необходимости, например, парфюмерии. Этому способствуют различные факторы, основными из которых являются насыщенность подобными товарами рынка и увеличение доходов населения.

Об увеличении покупательской способности и расширении потребительского спроса свидетельствуют данные об обороте розничной торговли [4], который в период с 2003 по 2011 увеличился в 4,2 раза, в том числе оборот продовольственных товаров — в 4,4 раза, а оборот непродовольственных товаров — в 4,1 раз.

В последнее время происходит расширение товарного предложения продовольственных товаров отечественных производителей. В структуре товарного предложения на рынке продовольствия постепенно увеличивается

доля товаров отечественных производителей и снижается доля импортных. На отечественную продовольственную продукцию, такую как, мясо, рыба, куры, шоколадные изделия, существует устойчивый покупательский спрос населения. Тем не менее, при покупке непродовольственных товаров потребители отдают предпочтение товарам зарубежного производства [2, с. 74—85]. В целом, доля импорта все еще высока. Согласно структуре товарных ресурсов розничной торговли, доля поступлений по импорту составила в 2012 году 44 % [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что потребительский спрос в России имеет ряд особенностей, но в целом имеет положительный тренд благодаря различным факторам, к которым можно отнести увеличение уровня доходов населения, положительную динамику роста экономики страны и др. Но расширение потребительского спроса в России имеет ряд ограничений. Ключевым фактором, тормозящим расширение потребительского спроса, являются низкие доходы значительной части населения, а так же высокий уровень бедности [3, с. 61—72]. Спрос определяется объемом расходов, затратами на приобретение товаров. А большая часть населения не имеет источников дохода, дающих возможность в полной мере удовлетворять собственные потребности. Борьба с бедностью на сегодняшний день является одной из целей государства.

Так же к ведущим ограничениям расширения потребительского спроса можно отнести высокую дифференциацию населения по уровням доходов и условиям жизни. Преодоление разрывов и несправедливостей приведет к расширению потребительского спроса.

Так же важным фактором, сдерживающим развитие потребительского рынка в стране, является ориентация потребительского спроса на товары зарубежного производства и низкая конкурентоспособность многих отраслей российского потребительского комплекса.

Высокие налоги также тормозят расширение потребительского спроса. Необходимо совершенствование налоговой системы, при которой за счет

снижения налоговых ставок выросли доходы населения, что позволило бы больше потреблять. При этом нужно, чтобы изменения в налоговой системе и прежде всего сокращение величины и бремени касались основной массы населения, формирующей совокупный спрос, а не только его богатой части.

Для снятия ограничений расширения потребительского спроса государство и отдельные предприятия должны постоянно проводить анализ состояния потребительского спроса в России и разрабатывать свои механизмы, комплексы мероприятий, позволяющие его активизировать.

Приложение А

Таблица А.1.

Структура потребительских расходов домашних хозяйств, в %

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
продукты питания	35,8	34,2	31,5	29,9	26,8	27,6	28,9	28,0	27,9
в том числе:									
хлебобулочные изделия и крупы	6,4	6,5	5,6	5,1	4,5	4,8	4,8	4,5	4,5
мясо	10,9	10,5	10,1	9,7	8,6	8,6	9,1	8,8	8,6
рыба, морепродукты	2,1	2,1	2,0	1,9	1,8	1,8	2,0	1,8	1,8
молочные изделия, сыр и яйца	4,8	4,8	4,4	4,1	3,9	4,1	4,2	4,1	4,2
масла и жиры	1,9	1,7	1,4	1,2	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1
фрукты	2,4	2,3	2,2	2,1	2,0	2,1	2,2	2,2	2,2
овощи	3,0	2,6	2,5	2,4	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5
сахар, джем, мед, шоколад и конфеты	3,4	2,9	2,5	2,4	2,0	1,9	2,2	2,3	2,3
алкогольные напитки, табачные изделия	3,2	3,0	2,7	2,7	2,4	2,3	2,4	2,4	2,5
одежду и обувь	12,6	11,6	10,7	10,9	10,4	10,4	10,3	10,8	10,1
жилищные услуги, воду, электроэнергию, газ и другие виды топлива	10,5	10,8	11,3	12,1	11,6	10,4	10,8	11,3	11,4
предметы домашнего обихода, бытовую технику и уход за домом	7,3	6,9	7,2	7,3	7,3	7,5	7,0	6,2	6,5
здравоохранение	2,2	2,4	2,5	3,0	3,1	2,9	3,1	3,3	3,5
транспорт	9,2	10,2	12,2	12,5	16,6	15,5	13,4	14,9	15,9
связь	2,4	2,9	3,7	4,0	3,8	3,7	3,8	3,8	3,7
организацию отдыха и культурные мероприятия	6,0	6,3	7,1	6,4	6,4	7,7	7,3	6,8	6,8

образование	1,3	1,7	1,8	2,0	1,8	1,6	1,5	1,3	1,2
гостиницы, кафе и рестораны	3,1	3,5	2,9	2,6	3,0	3,0	3,4	3,4	3,2
из них общественное питание	3,0	3,5	2,9	2,5	2,8	2,8	3,2	3,3	3,1

Источник: www.gks.ru

Список литературы:

1. Антохонова И.В. Потребительский спрос в переходной экономике: методология статистического исследования. Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2005. — 199 с.
2. Степанова Т.Е., Рыбалкина О.А. Матрица потребительского спроса россиян // Вестник РГТЭУ. — 2011. — № 4. — с. 74—85.
3. Степанова Т.Е., Рыбалкина О.А. Потребительский спрос в условиях модернизации российской экономики // Актуальные проблемы науки, экономики и образования XXI века: // матер. II междунар. научно-практич. конф. Самара: Изд-во РГТЭУ, 2012. — с. 61—72.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 05.10.2013).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ

Шелухина Валерия Валерьевна

*студент 4курса Учетно-финансового факультета специальности
«Бухгалтерский учет, анализ и аудит» Ставропольского государственного
аграрного университета,
г. Ставрополь
E-mail: sheluhina_valeria@mail.ru*

Клишина Юлия Евгеньевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, старший преподаватель
Ставропольского государственного аграрного университета,
г. Ставрополь*

В настоящий момент страхование является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов мирового хозяйства. По мере развития страховых отношений увеличивалось и количество возможных объектов страхования. На начальном этапе наиболее востребованным было имущественное и личное страхование, однако развитие экономических отношений, технический прогресс, а также переход к рыночной экономике обусловили появление и развитие нового вида страхования — страхования ответственности.

Страхование ответственности — наиболее молодая отрасль страхования. В России страхование ответственности стало развиваться лишь в 90-е годы XX века.

Объектом страхования ответственности является страхование гражданской ответственности. Ответственность как объекта страхования представляет собой обязательство возмещения ущерба, причиненного одним лицом другому лицу. Важным обстоятельством является то, что указанное обязательство возникает лишь при определенных действиях, бездействиях, а также упущениях, которые повлияли на блага другого лица [3].

Главная цель данного вида страхования — защитить страхователя от возможного убытка. Сущность страхования ответственности заключается в том, что страхователь полностью снимает с себя ответственность и в случае

наступления страхового случая страховщик берет на себя обязательство по возмещению ущерба, причиненного страхователем третьему лицу [5, с. 313].

В отличие от имущественного страхования при страховании ответственности риск наступления страхового случая сопряжен с угрозами, которые могут сказаться на всем благосостоянии данного лица, а не на конкретной его вещи.

В личном страховании при наступлении страхового случая выплата страхователю является величиной определенной, в страховании ответственности величина ущерба — величина неопределенная и уплачивается в пределах установленного лимита.

Страхование осуществляется на основании договоров страхования, который представляет собой документ, по которому страховщик обязан защищать интересы страхователя, приводя доводы о его непричастности к событию, либо покрыть убыток, возникший в результате этого события [1].

Когда в договоре страхования страхователь и страховщик указали предмет (объект) страхования, страховые риски, страховую сумму, сроки страхования, размер платы за страховые услуги, он считается заключенным [1].

Страхование ответственности удобно как для страхователя, так и для потерпевшего. Достоинство страхования ответственности для первого проявляется в том, что причиненный ущерб может быть настолько велик, что без надлежащего страхования, может привести к ухудшению материального положения. Помимо этого, страхование ответственности повышает шансы второго на своевременное возмещения убытков страховщиком.

В каждой стране можно выделить свою классификацию видов страхования ответственности, обусловленную теми или иными особенностями. Однако в каждой стране в классификации всегда присутствуют виды страхования ответственности, представленные на рисунке 1.

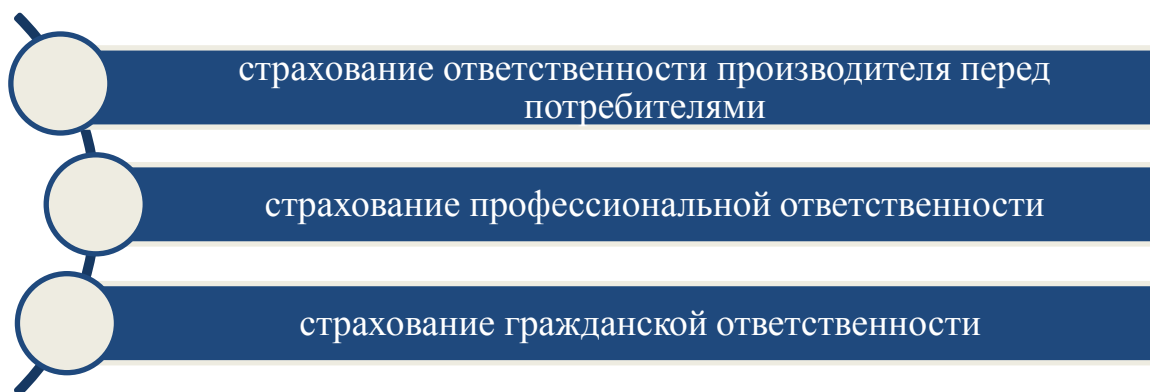


Рисунок 1. Классификация страхования ответственности

Страхование профессиональной ответственности осуществляется с целью предупреждения возмещение имущественного ущерба, нанесенного ошибочными действиями лиц, которые заняты выполнением своих профессиональных обязанностей или оказанием соответствующих услуг. Этот вид страхования ответственности заключается в страховой защите лиц определенного круга профессий против юридических претензий к ним со стороны клиентуры [5, с. 315].

К подвидам страхования профессиональной ответственности относят страхование профессиональной ответственности нотариусов, страхование профессиональной ответственности таможенных брокеров, страхование ответственности аудиторов.

Страхование ответственности производителя перед потребителями за качество продукции способствует защите прав потребителей, поскольку приводит к внедрению эффективных механизмов контроля за качеством продукции.

Страхование гражданской ответственности из перечисленных видов является наиболее распространенным. Оно включает в себя большое количество разновидностей страхования ответственности: страхование ответственности владельцев автотранспортных средств, страхование гражданской ответственности владельцев воздушных судов, страхование гражданской ответственности перевозчика и экспедитора и другие [4].

Страхование гражданской ответственности в России является наиболее стабильным и, как правило, представлено страхованием автогражданской ответственности, ответственности авиаперевозчиков. В настоящее время начал развиваться новый вид страхования ответственности перевозчика — страхования ответственности таможенного перевозчика.

Со временем страхование гражданской ответственности будет приобретать всё большее значение в России, этому способствуют поправки в Налоговом кодексе, в соответствии с которыми расходы на страхование ответственности могут включаться в себестоимость продукции.

Также большой потенциал у рынка страхования ответственности работодателей, так как в соответствии с законодательством предприятие должно обеспечить безопасные условия труда работникам, а страхование ответственности работодателей нельзя заменить страхованием от несчастных случаев на производстве.

Поскольку вопрос о загрязнении окружающей среды с каждым днем приобретает все большее значение, то экологическое страхование, без сомнения, имеет хорошие перспективы развития [2, 5, с. 320].

Большинство разновидностей страхования ответственности является добровольными. К обязательным же относятся такие, как:

- страхование гражданской ответственности предприятий — источников повышенной опасности,
- страхование профессиональной ответственности нотариусов,
- страхование ответственности организаций, эксплуатирующих объекты атомной энергии,
- страхование ответственности аудиторов,
- страхование гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств и другие.

В добровольной основе страхования ответственности есть свои недостатки, поскольку именно она является сдерживающим фактором развития страхования ответственности в России. Таким образом, на сегодняшний день

наиболее остро стоит вопрос о принятии законов об обязательном страховании ответственности [2].

Список литературы:

1. Договор страхования ответственности [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://ins-capital.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=76:2011-12-16-08-58-31&catid=7:2011-12-16-08-56-01&Itemid=8 (дата обращения 04.10.2013 г.).
2. Самойлова К.Н. Пути повышения государственного регулирования страховых отношений в современной России [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-213/financial-cash-flow-and-credit-213/18328-213-945> (дата обращения 04.10.2013 г.).
3. Сущность и назначение страхования ответственности [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://ins-capital.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=74:2011-12-16-08-56-58&catid=7:2011-12-16-08-56-01&Itemid=8 (дата обращения 04.10.2013 г.).
4. Что такое страхование ответственности [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.rgs.ru/products/juristic_person/different/responsibility_insurance/generalinfo/index.wbp (дата обращения 04.10.2013 г.).
5. Шахов В.В., Ахвледиани Ю.Т. Страхование / В.В. Шахов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 510 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

«НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»

Материалы XII студенческой международной
научно-практической конференции

08 октября 2013 г.

В авторской редакции

Издательство «СибАК»
630075, г. Новосибирск, ул. Залесского, 5/1, оф. 605
E-mail: mail@sibac.info

СибАК
www.sibac.info



ISBN 978-5-4379-0341-4



9 785437 903414