



СИБАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

**XVIII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

№ 3 (18)



**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО
СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

г. НОВОСИБИРСК, 2014



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам XVIII студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 3 (18)
Март 2014 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2014

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

Председатель редколлегии:

Дмитриева Наталья Витальевна — д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:

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

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:

Электронный сборник статей по материалам XVIII студенческой международной научно-практической конференции. — Новосибирск: Изд. «СибАК». — 2014. — № 3 (18)/ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.sibac.info/archive/economy/3\(18\).pdf](http://www.sibac.info/archive/economy/3(18).pdf)

Электронный сборник статей по материалам XVIII 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

Оглавление

Секция 1. Маркетинг	7
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА	7
Банникова Евгения Андреевна	
Секция 2. Менеджмент	12
АУТСОРСИНГ, АУТСТАФФИНГ И ЛИЗИНГ ПЕРСОНАЛА КАК СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КАДРОВОГО БИЗНЕСА	12
Борис Ольга Александровна	
Дубина Виктория Андреевна	
Бугай Татьяна Владимировна	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА «GOAGRO» В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АПК	17
Гамбург Сергей Анатольевич	
Скнарин Олег Викторович	
Зверева Галина Николаевна	
МЕНЕДЖМЕНТ — УПРАВЛЕНИЕ ФИРМОЙ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	24
Загудаева Нина Владимировна	
Ленгинович Светлана Геннадьевна	
Кучинская Елена Валерьевна	
ФАКТОРЫ УСПЕШНОГО ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРЫ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА	29
Молькин Алексей Николаевич	
Черниковская Марина Витальевна	
ПОДГОТОВКА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕЗЕРВА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	38
Папанян Рубен Гарникович	
Дзанагова Татьяна Яковлевна	
АСПЕКТЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕСЕРВИСА	44
Пырин Ярослав Дмитриевич	
Осиновская Ирина Владимировна	
ПРОБЛЕМА ВНЕДРЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ	50
Юсыпчук Олеся Ивановна	
Меркушова Наталья Ивановна	

Секция 3. Регионоведение	56
ФЕНОМЕН МИГРАЦИИ МЕЖДУ РОССИЕЙ И КАЗАХСТАНОМ: ДИНАМИКА, ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ	56
Семенов Олег Владимирович Бурганова Инна Николаевна	
Секция 4. Реклама и PR	62
СОВРЕМЕННЫЙ ОБРАЗ СЕМЬИ В РЕКЛАМЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ	62
Петряева Екатерина Васильевна Рзашева Алина Борисовна Луговая Ирина Валерьевна	
КОРПОРАТИВНОЕ ИЗДАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МЕБЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ	68
Хисматуллина Эльза Мидхатовна Патрахина Татьяна Николаевна	
Секция 5. Экономика	75
РОССИЯ И ВСЕМИРНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ЧЛЕНСТВА, ИСТОРИЯ ПРОЦЕССА ПРИСОЕДИНЕНИЯ И ЕГО СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП. ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ПО ЗАЩИТЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА БИЗНЕСА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПРИСОЕДИНЕНИЯ К WTO	75
Акинпелу Акинтокунбо Майкл Голубева Наталья Андреевна	
РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА	83
Бора-Тараа Херел Монгун-оолович Жолдошева Асель Раимбердыевна	
АНАЛИЗ ОТТОКА КАПИТАЛА ИЗ РОССИИ. ПРИЧИНЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ	89
Глушак Марина Юрьевна Жабыко Людмила Ливерьевна	
ОЛИМПИАДА В СОЧИ: ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ	94
Грешкова Ксения Александровна Трошанина Валерия Александровна Герасимова Светлана Александровна	

С/Х ОТРАСЛЬ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ПОСЛЕДСТВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ В ВТО Катаева Анастасия Сергеевна Ермолина Екатерина Владимировна Агапитова Елена Анатольевна	99
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЦБ РФ	105
Кожин Денис Алексеевич	
ПРИОРИТЕТЫ СОВРЕМЕННОЙ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЦБ	111
Кожин Денис Алексеевич	
БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО И ПРАКТИКА ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ	116
Кондратьева Ирина Сергеевна Уляков Владимир Николаевич	
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАЗАХСТАНА: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ	126
Кудайбергенова Айгерим Еркиновна Альжанова Нуржан Шариповна	
ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ	134
Лабур Елена Александровна Никитина Елена Владимировна	
К ВОПРОСУ О РОЛИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ	142
Лайко Наталья Валерьевна Ступникова Оксана Емельяновна	
РЕГИОНАЛЬНЫЕ БАНКИ: ПОНЯТИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ	147
Прилуцкая Марина Николаевна Артемов Владимир Александрович	
РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ	154
Роот Яна Александровна Мирзоян Артем Исаакович Чуракова Елена Анатольевна	
НАДЕЖДА НА ЧУДО: ДА ИЛИ НЕТ?	163
Сенькова Оксана Николаевна Юсыпчук Олеся Ивановна Рубинштейн Евгения Даниэльевна	

ПЛАН МАРКЕТИНГА, КАК СОСТАВЛЯЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ БИЗНЕС-ПЛАНА ПРЕДПРИЯТИЯ Сидоренко Анна Владимировна Заярная Ирина Александровна	171
ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ В ВТО НА ПРИМЕРЕ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ Толкачева Кристина Сергеевна Дубовик Майя Валериановна	183
АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ КРОСС-КУРСА AUD/USD В 2013 ГОДУ И В ЯНВАРЕ 2014 ГОДА Чан Фыонг Май Белоцерковский Владимир Иванович	190
ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ НАЛОГОВОГО УЧЕТА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОДИН ИЗ ЗАКОННЫХ СПОСОБОВ УМЕНЬШЕНИЯ РАЗМЕРА НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ Черкашина Екатерина Александровна Фролова Людмила Николаевна	196
СИСТЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА УРОВНЕ ГОСУДАРСТВА Четвериков Андрей Андреевич Науменко Светлана Михайловна	202
ФОНДОВЫЙ РЫНОК КИТАЯ (ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИНОСТРАННЫХ ЭМИТЕНТОВ И ИНВЕСТОРОВ С ФОНДОВЫМИ РЫНКАМИ) Юсыпчук Олеся Ивановна Сенькова Оксана Николаевна Рубинштейн Евгения Даниельевна	211

СЕКЦИЯ 1.

МАРКЕТИНГ

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Банникова Евгения Андреевна

*студент 2 курса экономического факультета
Южного федерального университета,*

РФ, г. Ростов-на-Дону

E-mail: bannikova_evg1205@mail.ru

Социальная сеть — абсолютно новое явление. Сотни миллионов людей включены в эту виртуальную систему, в которой за долю секунды можно узнать информацию обо всем и обо всех. Бизнес также не остался в стороне, как малый, так и большой. Множество крупных компаний подключились к социальной сети, что и вывело их вперед. Вот список некоторых из них [1, с. 20]:

- Starbucks. Сотрудники сети кофеен всегда интересуются мнениями и предложениями посетителей;
- Burger King. Предлагают покупателям скидочные купоны онлайн;
- IBM. Увеличение контактов с клиентами с помощью сети Интернет;
- Ford. Компания использует социальную сеть в качестве рекламного средства и рупора потребительского мнения;
- Comcast и Zappos там и отвечают на их вопросы через Twitter.

На отдельных примерах можно увидеть, как крупные компании, именуемые Business to Business (B2B) и Business to Customer (B2C), используют мощь социальной сети: информирование клиентов, взаимодействие с клиентами, оказание услуг, продажи.

Сегодня социальные сети — это очень сильный, стремительно развивающийся тренд, то, что действительно будоражит всеобщее сознание.

Ситуация схожа с периодом десятилетней давности, когда Интернет стал активно развиваться и появилась возможность давать в нем какую-то рекламу. Сейчас же наблюдается активизация развития именно социальных сетей [4, с. 2].

Успех коммерческой деятельности в такой среде как Интернет, где сами пользователи управляют процессом навигации, может определяться только тем, насколько бизнес учитывает их интересы, а для этого необходимо знать, кто они, каковы их потребности, желания, предпочтения, модели поведения и многое другое [5].

Социальные сети — это часть Social Media Marketing. SMM — это деятельность, направленная на повышение лояльности целевой аудитории к бренду или медийной персоне посредством работы в социальных сетях, форумах и блогосфере [3].

В наши дни небывалые обороты набирает Facebook: его создатель Марк Цукерберг невероятно быстро стал миллиардером. Ведь на Западе социальные сети активно используются не только как средство общения, но и как средство продвижения бизнеса, предоставляя новых клиентов и способы взаимодействия с ними. В России эта тенденция также становится все более популярной. У каждого сейчас уже есть странички в таких социальных сетях, как ВКонтакте, Одноклассники, Twitter и др. Twitter. Некоторые даже живут в них: просыпаясь, первым делом обновляют страницу в ожидании узнать свежие новости или же прочитать новые сообщения. Таким образом, образовалась широкая площадка для эффективного захвата аудитории.

Особенно эффективной эта схема считается для бизнеса, связанного с частными лицами (салоны красоты, сеть ресторанов, магазины одежды и т. д.).

Наиболее известными социальными сетями, существующими в России, можно назвать:

- ВКонтакте
- Одноклассники

- Twitter
- Instagram
- Facebook
- YouTube

Однако самой популярной и удобной является сеть ВКонтакте, обладающая высокой социальной активностью. Именно поэтому многие люди, связанные с бизнесом, начинают именно с нее.

Как же социальная сеть может помогать развитию бизнеса?

В социальных сетях есть возможность контактировать с людьми напрямую. Несколько лет назад компании продвигали свои товары с помощью рекламы в газетах и журналах, что не давало возможности взаимодействовать с клиентами в двухстороннем порядке. В настоящее время покупатели сами могут связаться с интересующей фирмой, оставить отзыв, поделиться своим мнением. Таким образом, получается, что уже компании оказываются под влиянием клиентов: в социальных сетях начинают создаваться бренды.

Наглядным примером влияния общения людей в социальных сетях на формирование отрицательного восприятия бренда является ситуация с компанией Dell. В какой-то момент у компании возникли серьезные проблемы с серией ноутбуков. Сотрудники компании не смогли предотвратить взрыв, который произошел в социальных сетях.

С каждым днем продажи падали, а доверие к бренду исчезало. Сначала один человек написал негативный отзыв, затем второй, и так возникла цепная реакция, которая плохо сказалась на имидже компании.

Сейчас люди оказывают большее доверие Интернету, особенно социальным сетям. Каждый из нас, перед совершением покупки, заходит на форум или в группу ВКонтакте и начинает читать отзывы. Безусловно, мы будем доверять этим отзывам. Статистика показывает, что более половины людей доверяют отзывам в социальных сетях.

Каким образом превратить людей в социальных сетях в своих клиентов? Достаточно просто, нужно знать их основные потребности в виртуальном мире. Можно выделить следующие:

- потребность в новостях и свежей информации;
- потребность в развлечении и эмоциях;
- потребность в повышении своего статуса.

Дать людям то, чего они хотят, можно через группы в социальных сетях, тем самым появляется возможность активно продвигать компанию и продавать что-либо.

Однако следует помнить, что социальные сети — это только часть маркетинга, а бизнес — система. Поэтому в социальных сетях нужно пошагово выстраивать свою стратегию, чтобы результаты были не хаотичные, а стабильные. Следует учитывать особенности Интернета как коммерческой площадки. Нельзя пренебрегать и нюансами онлайн-торговли. Хотя в ней и есть свои специфические черты, но она расширяет возможности обычной торговли.

Для того чтобы создать и продвигать группу лучше обратиться к опытному специалисту. Также нужно продумать вопросы доставки, оплаты и другие нюансы.

Если же человек хочет заниматься своим бизнесом и продвигать группу самостоятельно, то для начальной (как правило, малобюджетной) PR-акции ему стоит придерживаться следующих пунктов:

- определение целевой аудитории и ее местонахождения;
- набор и обучение агентов;
- вхождение в доверие к потенциальным покупателям;
- создание «шума» вокруг группы;
- закрепление результата и его поддержка;
- анализ эффективности.

Еще один важный элемент — качественный контент, который должен обеспечивать успешность группе в социальной сети.

Люди будут следить за вами, читать вас, если у вас будет что-то интересное, будет новый хороший контент. Чаще всего это статьи, видео- и аудиоролики, а также тематические изображения [4, с. 5]. Интересный и разноплановый контент — движущая сила социальных сетей. От контента и его соответствия потребностям целевой аудитории зависит жизнеспособность сообщества.

К основным действиям в сообществе относят:

- размещение анонсов предстоящих мероприятий;
- ведение диалога с участниками группы;
- своевременная реакция на отзывы покупателей и обсуждение проблем;
- оперативное устранение недостатков;
- сбор идей для развития сообщества;
- размещение актуальной информации и поддержание новостной ленты.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: с тех пор как появились социальные сети, изменился не только процесс коммуникаций, но и процесс ведения бизнеса. Продвижение в социальных сетях — эффективный инструмент интернет-маркетинга, который при правильном использовании благоприятно влияет на успех и процветание компании в целом.

Список литературы:

1. Гитомер Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать лидировать и побеждать. Питер, 2012 — 192 с.
2. Кусина О.А. Социальные сети как эффективный инструмент маркетинга в индустрии встреч // Креативная экономика. — 2013. — № 1. // — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.tourlib.net/statti_tourism/kusina.htm (дата обращения 10.03.2014).
3. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях // — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.smm.ingate.ru> (дата обращения 03.03.2014).
4. Парабеллум А., Мрочковский Н., Калаев В. Социальные сети. Источники новых клиентов для бизнеса. Питер, 2013 — с. 71.
5. Успенский И.В. Интернет-маркетинг: учеб. пособие СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, — 2003 — 197 с. // — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.aup.ru/books/m80/> (дата обращения 01.03.2014).

СЕКЦИЯ 2.

МЕНЕДЖМЕНТ

АУТСОРСИНГ, АУТСТАФФИНГ И ЛИЗИНГ ПЕРСОНАЛА КАК СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КАДРОВОГО БИЗНЕСА

Борис Ольга Александровна

Дубина Виктория Андреевна

*студенты 3 курса, факультет экономики и права, БарГУ,
Республика Беларусь г. Барановичи
E-mail: olga.boris.1993@gmail.com*

Бугай Татьяна Владимировна

*научный руководитель, преподаватель кафедры экономики и управления,
Барановичский государственный университет,
Республика Беларусь г. Барановичи*

Актуальной темы на сегодняшний день посвящена проблеме внедрения и реализации лизинга персонала, применения аутсорсинга и аутстаффиंगा. В результате анализа была раскрыта тема научной работы, система функционирования, необходимость и проблемы её внедрения. На данный момент все эти управленческие технологии в Республике Беларусь не достаточно развиты, несмотря на их актуальность в зарубежных странах. Ситуация осложняется еще и тем, что законодательство о труде не регулирует такие формы трудовых отношений, как лизинг персонала, аутсорсинг, аутстаффинг.

Рано или поздно все организации сталкиваются с проблемой привлечения дополнительного количества персонала на определенное время для выполнения разного рода работ (новый проект, сезонные работы, временное увеличение объемов работ, несвойственное для организации новое дело и др.).

Одной из форм организации заемного труда является аутсорсинг. Термин «аутсорсинг» (“outsourcing”) происходит от английских слов “outside resource using”, которые дословно переводятся как «использование чужих (внешних)

ресурсов». Аутсорсинг на предприятии применяют для решения задач, которые возникают в организации время от времени, а также тех, которые являются непрофильными. Аутсорсинг на предприятии применяют для решения задач, которые возникают в организации время от времени, а также тех, которые являются непрофильными для компании.

Преимущества аутсорсинга заключаются в том, что он позволяет существенно снизить себестоимость «экспортируемых» функций, добиться максимального качества и надежности их выполнения. Аутсорсеры имеют узкую специализацию, и, как следствие, большой опыт и профессионализм, что повышает качество, эффективность и надежность их деятельности [2, с. 9].

Выделяют следующие сферы применения аутсорсинга:

- аутсорсинг сферы вспомогательного производства;
- аутсорсинг сферы основного производства;
- аутсорсинг сферы управления;
- аутсорсинг сферы услуг;
- аутсорсинг человеческих ресурсов.

Направлениями применения аутсорсинга являются: аутсорсинг бизнес-процессов; ИТ-аутсорсинг; производственно-хозяйственный аутсорсинг; промышленный аутсорсинг; бухгалтерский аутсорсинг; аутсорсинг офисной печати; аутсорсинг как найм персонала — аутстаффинг; аутсорсинг маркетинга; услуги аутсорсинга для органов государственной власти и местного самоуправления; аутсорсинг call-центра.

Отметим, что в гражданском законодательстве РБ отсутствует понятие договора аутсорсинга. Единственным нормативным документом, в котором содержится определение аутсорсинга, является письмо Нацбанка РБ от 26.01.2006 № 23-14/13 «Об использовании в работе принципов управления операционным риском», согласно которому под аутсорсингом понимается привлечение сторонней организации (поставщика услуг) для выполнения отдельных видов работ (п. 24).

В связи с отсутствием нормативно-правового регулирования предприятия оформляют подобные сделки с некоторым опасением. Однако большое количество преимуществ аутстаффинга и аутсорсинга берет верх, и вспоминается давно известная истина: «Что не запрещено, то разрешено» [1, с. 22].

В условиях правовой неопределенности стороны, заключая договор аутсорсинга, руководствуются принципом свободы договора, определенным ст. 391 Гражданского кодекса Республики Беларусь, состоящим в том, что, во-первых, стороны могут заключить договор, не предусмотренный Гражданским Кодексом, если он не противоречит законодательству Республики Беларусь, а во-вторых, стороны могут заключить смешанный договор, в котором содержатся элементы различных договоров, предусмотренных законодательством [3, с. 155].

Понятие аутстаффинг произошло от английского *outstaffing* — «внештатный». Сущность механизма заключается в следующем: часть персонала компании-заказчика выводится за штат и оформляется в компании-исполнителе с последующим предоставлением его от имени аутстаффера за вознаграждение. Таким образом, аутстаффинг отличается от аутсорсинга отношением заказчика услуг к персоналу, выполняющему работу.

Преимущества аутстаффинга могут быть различными:

- снижение издержек по кадровому администрированию;
- отсутствие проблем с набором; отсутствие проблем при замене, декретных отпусках, ежегодных отпусках;
- снижение расходов на привлечение и удержание персонала, управление расходами;
- кадровый учёт, расчёт заработной платы — все ведётся аутстаффинговой компанией.

Если же коснуться отдельных отраслей, где аутстаффинг наиболее популярен, то в первую очередь следует отметить риэлтерские компании, страховой бизнес, промышленные предприятия, в которых применяется устаревшие технологии управления персоналом [4, с. 55].

Лизинг персонала представляет собой управленческую технологию, разновидность аутсорсинга, которая позволяет обеспечить бизнес-процесс компании необходимыми трудовыми ресурсами, используя услуги сторонней организации.

Лизинг персонала имеет следующие преимущества:

- уменьшение объема текущего кадрового делопроизводства;
- исключение расходов на расчет зарплаты; освобождение от бумажной и административной работы;
- позволяет полностью исключать простои, связанные с болезнью сотрудника или его уходов в отпуск;
- компания избавляется от затратной и долгой процедуры, связанной с поиском специалистов на вакантное место.

В трудовом законодательстве Республики Беларусь понятие «лизинг персонала» отсутствует, следовательно, форма таких правоотношений между нанимателем и работником законодательством не регламентирована [5, с. 3]. Вместе с тем в гражданском праве лизинг представляет собой комплекс имущественных и экономических отношений, возникающих на основе заключенного договора финансовой аренды. Однако предметом такого договора в соответствии со ст. 637 Гражданского кодекса Республики Беларусь могут быть любые непотребляемые вещи, используемые для предпринимательской деятельности, кроме земельных участков и других природных объектов. Таким образом, лизинг персонала не вписывается в рамки договора финансовой аренды, так как работник является субъектом и не может выступать в качестве предмета договора лизинга. Поэтому правовые нормы о лизинге вещей на договор о предоставлении персонала в лизинг не распространяются [3, с. 230].

В нашей республике действует несколько фирм, которые оказывают услуги по предоставлению персонала: ООО «ВестДжиГрупп», ООО «Сервис кадров», кадровые агентства «Административный ресурс» и «КИАТ», которые находятся в городе Минске.

Приведенные выше способы экономии на издержках в условиях Беларуси могут дать организации необходимое конкурентное преимущество, особенно в условиях возрастающей конкуренции.

Таким образом, для достижения положительных показателей в сфере трудоустройства, контроля и государственного регулирования за деятельностью кадровых агентств, достижения результатов трудовых отношений зарубежных стран, целесообразно законодательно закрепить понятие лизинг персонала, аутсорсинг и аутстаффинг, в целях устранения негативных последствий путём предоставления безопасных условий труда, указания ответственности сторон, а так же пополнения бюджета путём уплаты работодателем налогов и взносов на обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

Список литературы:

1. Аутсорсинг и аутстаффинг по-белорусски / Т. Гаенкова // Главный бухгалтер. — 2013. — № 47. — С. 22.
2. Аутсорсинг персонала сквозь призму белорусского законодательства / С. Кулаковский [и др.] // Я — специалист по кадрам. — 2011. — № 2. — С. 13.
3. Гражданский кодекс Республики Беларусь: // Закон Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-3 в ред. Закона Республики Беларусь от 31 декабря 2013 г. № 96-3.
4. Солнышкина О.В. Лизинг глазами лизингополучателя // Территория лизинга — 2010 — № 6 — с. 55.
5. Трудовой кодекс Республики Беларусь // Закон Республики Беларусь от 26 июля 1999 г. № 296-3 в ред. Закона Республики Беларусь от 5 января 2013 г. № 16-3.

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО
ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА «GOAGRO»
В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АПК**

Гамбург Сергей Анатольевич

Скнарин Олег Викторович

студенты 5 курса, экономический факультет ВолГАУ,

РФ, г. Волгоград

E-mail: serega.gamburg@gmail.com

Зверева Галина Николаевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента

ВолГАУ,

РФ, г. Волгоград

Увеличение роли инноваций для достижения успеха в бизнесе является важной особенностью современного этапа экономического развития. Изменения ситуации во внешней среде требует пересмотра роли и места инноваций в деятельности предприятий. Инновации определяют будущее развитие предприятий и связаны со значительными изменениями в производстве, маркетинге, управлении организацией. Особенно это актуально для сельского хозяйства.

Сельское хозяйство было и есть основой любой экономики. Для такой страны, как Российская Федерация, это не просто важная, а стратегическая отрасль. Сельское хозяйство обеспечивает население страны продуктами питания, а перерабатывающую промышленность — сырьём. Более половины предметов потребления производится из продукции сельского хозяйства, поэтому от эффективности этой отрасли прямо зависит жизненный уровень населения. Продовольственная безопасность страны, являясь составной частью её национальной безопасности, выступает как гарантия стабильного удовлетворения потребностей населения в продуктах питания [3].

Помимо своей значимости для экономики, нынешнее сельское хозяйство отличается и тем, что имеет наименьший уровень оснащённости информационными технологиями и, как результат, проигрывает в конкурентной борьбе

зарубежным, более развитым хозяйствам данной отрасли. Но это даёт свои плоды и перспективу развития.

В третьем тысячелетии среди производственных ресурсов, используемых в современном производстве, на 1-е место все увереннее выходят информационные. Мало того, в наиболее развитых странах мира информационные ресурсы значительно превосходят все остальные их виды, вследствие чего постиндустриальное общество, в основе которого лежит материальный продукт, уступает место информационному обществу, в основе которого лежит информация. В экономической литературе есть указание на то, что переход от постиндустриального общества к информационному является неизбежным для всего мира [1].

В «Стратегии развития информационного общества Российской Федерации» В.В. Путин отметил, что «Увеличение добавленной стоимости в экономике происходит сегодня в значительной мере за счет интеллектуальной деятельности, повышения технологического уровня производства и распространения современных информационных и телекоммуникационных технологий» [4].

В условиях перехода страны в целом к информационному обществу использование преимуществ сетевой экономики в агропромышленном производстве становится настоящей необходимостью. Как в российской, так и в зарубежной экономической литературе широко освещаются различные аспекты функционирования малых форм хозяйствования в АПК и рост их эффективности при переходе к взаимодействию на базе информационно-коммуникационных технологий [1].

Россия вступила во Всемирную Торговую Организацию (ВТО), где любой участник аграрного производства уже имеет свободный доступ к средствам информационно-коммуникационной инфраструктуры, вследствие чего уровень развития сельского хозяйства в странах с развитой рыночной экономикой значительно превышает таковой в нашей стране. И если в короткие сроки не обеспечить хотя бы минимальный уровень развития информационно-

коммуникационной инфраструктуры, то страна, осуществив вступление в ВТО, окажется практически полностью зависимой в производстве сельскохозяйственной продукции от стран Запада, поскольку производство сельскохозяйственной продукции в нашей стране заведомо является неконкурентоспособным с западными [2].

Очевидно недостаточное развитие и замедленное освоение отраслями агропромышленного комплекса современных технологий, отсутствие профессионально подготовленного менеджмента отраслей агропромышленного комплекса (АПК) и хозяйствующих субъектов для использования современных эффективных информационных технологий управления процессом производства и недостаточное внимание к уровню подготовки кадров в области создания и использования информационных технологий. Такое положение дел приводит к увеличению отставания секторов АПК в вопросах информатизации их хозяйственной и производственной деятельности от развитых стран мира и отечественных секторов промышленности. Позволить себе такое отставание — это означает обречь их на сохранение низкой конкурентоспособности с более продвинутыми в этом отношении развитыми странами Запада, следовательно, и на возможность продовольственной зависимости от них [1].

Современный взгляд на ведение бизнеса в любой отрасли подразумевает под собой строгий учет всех финансовых операций, ведение тотальной статистики собственного предприятия и отслеживание конкурентных позиций конкурирующих предприятий, способность доносить товар до потребителя в прогнозируемые сроки и поддерживать постоянную, непрерывную связь с партнерами. Так же необходимо уметь делать верные, соответствующие выводы, анализируя эффективность функционирования предприятия на рынке и эффективность использования ресурсов.

Безусловно, это сложно, но выходом из сложившейся ситуации может послужить некоторая платформа (интернет-ресурс), где зарегистрированы предприятия агропромышленного комплекса России. С помощью которой

организация может легко найти себе партнёров или потенциальных клиентов, а потребители необходимый продукт из сферы сельского хозяйства и даже получить вакантное рабочее место. В личном кабинете предприятия будет возможность внести в заготовленные формы отчёты свои данные за последние годы, на основе которых программа выдаст основные экономические показатели, среди которых: темпы роста, уровни эффективности использования ресурсов, уровень банкротства и многое другое. Это позволит руководителю даже удалённо, зная логин и пароль, узнать о состоянии своего предприятия в общедоступной и понятной форме.

Сельское хозяйство отличается своей специфичностью производства и здесь на основе информации о деятельности предприятий можно провести статистику и рейтинг возделываемой культуры по региону, тем самым сравнить эффективность производства, использования ресурсов и технологию возделывания на определённой территории.

Подобные отчёты и сравнения можно провести по ценам реализации сельхозпродукции. После сбора урожая можно выставить объявление о продаже какого-либо товара по определённой цене. После чего, у производителя увеличатся шансы приобрести новых деловых партнёров, желающих приобрести товар, а у покупателя — возможность купить по наиболее выгодной цене то, что необходимо в максимально приближенных рыночных условиях.

Одним из путей решения данных проблем может послужить разработанный нами информационно-аналитический сетевой проект "GoAgro". Проект представляет собой компьютерную программу, использование которой поможет эффективно использовать функции специалистов агропредприятия, помогать предприятию в поиске партнеров по бизнесу и потенциальных потребителей. Потребителям, в свою очередь, помогает найти за короткое время, минуя посредников необходимый продукт.

Перейдя на сайт <http://goagro.ru>, пользователю первым делом предоставляется возможность определить его статус (физическое или юридическое лицо),

от которого будет зависеть дальнейшее поведение программы. Физическому лицу предоставляется возможность осуществить поиск продукции сельского хозяйства, переработки или сельскохозяйственную технику в рамках им выбранных критериев поиска. Выбрав предприятие, пользователь будет иметь возможность просмотра профиля, на котором перечислена вся необходимая информация: виды производимой продукции, партнеры предприятия, вакансии, контактная информация и характеристика предприятия.

В режиме юридического лица (Агропредприятие) открываются следующие возможности:

- автоматизированный экономический и финансовый анализ деятельности предприятия;
- отражение статистической и экономической информации по конкретному виду продукции, производимой предприятием, такие как себестоимость данной продукции, рентабельность, прибыль от реализации данной продукции;
- возможность предложить свой товар партнерам и получить предложения от партнеров;
- добавляя предприятия в партнеры, пользователь имеет возможность обмениваться сообщениями, документами, цитировать записи, предлагать товары своим партнерам, вести электронный документооборот;
- возможность публиковать статьи от своего имени, цитировать статьи своих партнеров, размещать объявления;
- сравнивать некоторые экономические показатели с показателями предприятий региона и определять своё положение в рейтинге среди конкурентов.

Таким образом, с помощью глобальной информационно-сетевой системы и проекта "GoAgro" можно решить следующие актуальные задачи экономики в сельском хозяйстве на микроуровне:

- проявление системы мирохозяйственных связей, сырьевых, товарных и финансовых рынков;

- осуществляется виртуализация обмена информацией и деятельностью физических и юридических лиц и иных организаций агропромышленного комплекса;

- происходит стирание внешних территориальных границ регионов, которые становятся виртуально проницаемыми;

- резко возрастает роль информации как главного фактора производства и роль интеллектуальной собственности;

- увеличиваются возможности получения доходов, связанных с инновационным предпринимательством, электронной деятельностью и ведением бизнеса в Интернет;

- получают серьезное развитие электронные, дистанционные формы занятости;

- возникают электронные формы регулирования экономической и общественной деятельности, а также электронные формы управления и возможность проведения маркетинговых исследований;

- происходит резкое усиление конкурентной борьбы между предприятиями, корпорациями, победа в которой требует постоянных опережающих инноваций и необходимости принятия оперативных решений в целях поддержки постоянной конкурентной борьбы на рынке.

Таким образом, благодаря полному использованию информационно-коммуникационным систем, сельское хозяйство Российской Федерации становится более мобильной, современной, отвечающей современным требованиям конкурентоспособной отраслью, которая сможет не просто выжить, но функционировать на должном уровне с предприятиями из Всемирной Торговой Организации. Принимая только обоснованные и конкретные меры можно добиться расширения и укрепления внутреннего рынка, обеспечения продовольственной безопасности и вывода агропромышленного комплекса России на более высокий уровень, что так актуально и необходимо на сегодняшний день.

Список литературы:

1. Зверева Г.Н. Роль услуги в социально-экономическом развитии агропромышленного комплекса// Региональная экономика: теория и практика. — 2013. — № 17(296). — С. 27—33.
2. Паршев А.П. Почему Россия не Америка? М.: ООО "Издательство Астрель", 2006. — 173 с.
3. Люблина И.Б. Роль аграрных отношений в развитии экономической системы общества. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http : // elib. altstu. ru/elib/ books/ Files/ па 1999_3/pages/27/pap_27.html](http://elib.altstu.ru/elib/books/Files/pa_1999_3/pages/27/pap_27.html) (дата обращения 20.02.2014).
4. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 7 февраля 2008 г. № Пр-212). [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/92762/#ixzz2tqHLTU85> (дата обращения 18.02.2014).

МЕНЕДЖМЕНТ — УПРАВЛЕНИЕ ФИРМОЙ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Загудаева Нина Владимировна

*студент 4 курса, социально-экономический факультет, ДИТИ НИЯУ МИФИ,
РФ, г. Димитровград
E-mail: Do.Mina.nta@yandex.ru*

Ленгинович Светлана Геннадьевна

*студент 4 курса, социально-экономический факультет, ДИТИ НИЯУ МИФИ,
РФ, г. Димитровград
E-mail: SvetL93@yandex.ru*

Кучинская Елена Валерьевна

*научный руководитель, ассистент ДИТИ НИЯУ МИФИ,
РФ, г. Димитровград*

В настоящее время мы часто встречаемся с понятием «менеджмент». Достаточно открыть газеты на месте предложение о работе, как мы увидим множество вакансий менеджеров в количестве не менее 50 % от общего числа. При этом наблюдается разброс предлагаемых зарплат, и описание должностных обязанностей, что побуждает задуматься о том — что же это такое — работа менеджера, какой кандидат может претендовать на ее получение? Почему менеджеры так необходимы современной организации, чтобы выжить и занять место при рыночной экономики?

Сначала разберемся, кто такой менеджер.

Менеджмент определяется как:

- функция (вид деятельности);
- процесс;
- орган или аппарат управления;
- категория людей;
- наука и искусство [3].

Раскроем эти понятия, также последовательно. Менеджмент переводиться с английского как управление. Процесс менеджмента включает выполнение функций управления: планирование, организация, контроль, мотивация,

регулирование, координация, с помощью которых менеджеры создают благоприятные условия для работников организации с целью их полной отдачи для достижения поставленных задач организации. Поэтому менеджмент — это интеграционный процесс, который объединяет интеллект, мотивы, труд, поведение работников и поставленные цели. Это является основанием для рассмотрения менеджмента с позиции процесса влияния на деятельность отдельного работника, группы для достижения максимальных результатов.

Менеджмент — особый, важный орган современных организаций, т. к. без него не представляется их существование как единых, эффективных образований. Поэтому аппарат управления является частью любой организации и связано с понятием ее менеджмента. Главная задача людей, занятых в этом аппарате — рациональное, обоснованное и скоординированное использование всех ресурсов организации для достижения ее целей.

Менеджмент как наука содержит в себе разработанную теорию, представленной в виде законов, закономерностей, принципов, форм и методов целенаправленной деятельности людей в процессе управления [3]. Упорядоченные знания об управлении позволяют качественно управлять текущими делами, прогнозировать события и в соответствии с этим продумывать стратегию развития организации. Люди, работающие в организации — это главный его ресурс, учет которого требует не только использование научного подхода, но и искусства его применения в конкретной ситуации. Основатель школы научного менеджмента Ф. Тейлор определял менеджмент как искусство точно знать, что предстоит сделать и как сделать это самым лучшим и дешевым способом.

Никакая система менеджмента не может функционировать без самих менеджеров. Все фирмы имеют четкую иерархию менеджмента, в рамках которого все его члены занимают определенное место. В нижней части иерархии находятся рабочие. Они заняты конкретной работой и не контролируют деятельность других [2]. Выше них находится менеджмент, внутри которого традиционно выделяют три уровня:

- контролирующий или первый уровень — менеджеры низового звена, которые руководят деятельностью отдельных сотрудников, например, распоряжаются сырьем и оборудованием, распределяют задания среди работников. Это могут быть начальник отдела закупок, начальник склада, администратор.

- средний уровень — менеджеры, управляющие работой других менеджеров. Они, как правило, выполняют следующие функции: принимают решения по работе своего подразделения, определяют и решают проблемы, подготавливают информацию для вышестоящего руководства и для своих подчиненных. Финансовый директор, главный бухгалтер, коммерческий директор и т. п.

- высший уровень — менеджеры, контролирующие работу средних менеджеров. Это малочисленный слой аппарат управления, функции которых заключаются в следующем: формирование миссии организации, целей, политики; определение стратегии развития организации, системы и структуры управления; принятия важных решений. Это должность генерального директора, вице президента, управляющего компании [2].

В работе менеджера можно выделить несколько основных операций, которые в совокупности обеспечивают жизнеспособность и развитие организации [1, с. 521]:

1. постановка цели работы, то есть определение конкретного образа (что должно получиться), определение задач необходимых для выполнения поставленных целей, обеспечение эффективности выполнения целей (доведение их до людей, работа которых играет решающую роль при их достижении).

2. организация работы (анализ видов деятельности, решений и необходимых взаимоотношений; классификация труда, его разделение на действия, а их, в свою очередь, задания; объединение разных частей и заданий в единую организованную структуру; отбор людей для управления и выполнения конкретных задач).

3. осуществление мотивации людей и донесения до них информации (Формирование команды из людей, которые несут ответственность за выполнение различных заданий. Этот шаг предпринимается в отношении тех людей, с которыми менеджеру приходится сотрудничать. Он добивается этого посредством решений об оплате труда, распределении людей на должности и продвижении по службе. Для этого необходимо непрерывное общение с подчиненными, вышестоящим руководством и коллегами, получение и распространение информации).

4. оценка работы (критерии менеджер разрабатывает самостоятельно). Менеджер анализирует, оценивает и интерпретирует результаты работ. Он заботится о том, чтобы у каждого сотрудника были в распоряжении необходимые критерии, которые обращают внимание на функционирование организации в целом и в то же время сосредоточены на работе отдельного сотрудника и помогают ему справиться с ней.

5. развитие людей, включая самого себя.

В каждой из этих операций можно выделить ряд подопераций [1, с. 524].

Постановка целей представляет собой задачу по достижению баланса: между желаемыми и имеющимися в наличии средствами; между коммерческими результатами и личными принципами человека; между потребностями бизнеса в настоящем и будущими потребностями. Поэтому эта операция требует способностей в сфере анализа и синтеза.

Для организации работы и развития людей также необходимы аналитические способности и справедливое отношение. Так как речь идет об организации людей, соблюдение принципа справедливости чрезвычайно важно.

Для мотивации людей и эффективной коммуникации необходимы навыки социального характера. Вместо анализа тут требуются интеграция и синтез. В качестве основополагающего принципа доминирует справедливость, а экономические вопросы имеют второстепенное значение. В этой операции целостность более значима, чем аналитические способности.

Операция оценки требует аналитических способностей. Кроме того, она используется для обеспечения самоконтроля, но им не стоит злоупотреблять для осуществления надзора за вышестоящими сотрудниками и людьми со стороны.

Обобщая вышесказанное, можно сказать, что менеджмент — это система управления производством, применяемая с целью повышения его эффективности и получения прибыли. Учитывая условия рыночной экономики, менеджмент имеет отношение к таким организациям, которые ориентированы на достижение своих целей на рынке: удовлетворение покупателей и получение прибыли. Поэтому менеджмент является, прежде всего, процессом управления людьми, которые осуществляют производственно-коммерческую деятельность в условиях рынка.

Менеджмент выполняет такие важные функции, как постановка целей, организация, мотивация и коммуникация, оценка и развитие людей. Любое достижение менеджмента — это достижение менеджера. Именно представление о деле, преданность ему и целостность менеджеров определяют, правильно ли управляется компания. Это обобщенные критерии, только опыт менеджера позволяет реализовать их на практике, конкретизировать и сделать значимыми.

Список литературы:

1. Друкер, Питер Ф.. Менеджмент: задачи, обязанности, практика. Пер. с англ, М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2008. — 992 с.
2. Менеджер, руководитель, лидер... // Рубрика: методы и технологии [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://logistic-forum.lv/menegment/menedger-rukavoditel-lider> (дата обращения 06.03.2014).
3. Понятие менеджмента // Краткий курс лекций — Внутрифирменный менеджмент. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://menegmf.ru/kratkij-kurs-lektsij-vnutrifirmennyjmenedzhment/187-ponyatie-menedzhmenta.html> (дата обращения 06.03.2014).

ФАКТОРЫ УСПЕШНОГО ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРЫ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА

Молькин Алексей Николаевич

*студент 4 курса, Пензенский государственный
университет архитектуры и строительства,*

РФ, г. Пенза

E-mail: 19-93285@rambler.ru

Черниковская Марина Витальевна

*старший преподаватель, канд. экон. наук, Пензенский государственный
университет архитектуры и строительства,*

РФ, г. Пенза

E-mail: cherimar@rambler.ru

Все больше ученые занимающиеся проблемами карьерного роста стали утверждать, что при построение карьеры у молодого специалиста, должен быть сильный психологический настрой на успех. Многие молодые специалисты не слишком позитивно настроенные на успех, так как им кажется, что скорей всего потерпеть неудачи в построение карьеры и этот не позитивный настрой очень часто мешает многим молодым перспективным специалистам построить блестящую карьеру. Самое главное для специалиста настроится психологически на успех, этот настрой поможет добиться карьерного роста.

Психологический настрой при построение карьеры — это постановления мысленной уверенности в то, что все получится. Но при этом необходимо не только об этом думать, но также уверено действовать. Окружающие люди не могут знать, как мы думаем и это прекрасно, поэтому все наши действия фразы должны быть настолько уверены, насколько желаем достичь успеха в карьере.

После того как молодой специалист определит для себя на какой карьерной ступени сейчас находится, следующим что нужно сделать это поставить для себя цель и выстроить идеальную модель будущего, понять для себя как этот мир должен выглядеть. Необходимо разработать цель и задачи они должны быть узконаправленные и конкретные. Следующие что необходимо сделать это разработать четкий план построения карьеры

в катаром должно быть отражены все возможные благоприятные и неблагоприятные факторы, и также оценить риски и угрозы которые могут помешать при построение карьеры. Успешное построение карьеры заключается в том, чтобы существовал четко разработанный план постарение карьеры благодаря этому плану можно будет избежать ряд ошибок построение карьеры.

Классификация карьерного постарения осуществляется по четырем показателям [5]:

- скорость продвижения;
- последовательность должностей;
- перспективная ориентация;
- личностный;

Преобладание того или иного типа карьеры зависит от социально-экономической ситуации, формы собственности, отрасли производства, особенностей конкретной должности.

Многообразность и сложность явления карьеры отражается и в многообразии ее видов, разнообразии подходов к ее типологии. Для классификации карьерного постарения можно выделить множество различных оснований, признаков, критериев:

1. **«Вершина»**. Подъем по служебной лестнице, когда человек достигает более оплачиваемой должности. Работник достигает данную должность, он ставит себе цель, долгое время удержатся на данной должности. Но при этом не планирует развиваться и передвигается дальше по карьерной лестнице, его всё устраивает. Эта модель очень характерна и применяемая на практике в России.

2. **«Экскаватор»**. В данном случи, работник передвигается по карьерной лестнице постепенно и время нахождения, на каком либо этапе достигает не более 5 лет. Движение данного экскаватора начинается в тот момент, если он становится профессионалом в своей области работы. После того как «экскаватор» поднимет работника на самую вершину, начинается обратный процесс. Происходит это, потому что руководителю становится старше

и его уже готовы сменить более молодые. Сточки зрения психологии эта модель плохо, отражается на работнике. Данная модель применяется в зарубежных компаниях.

3. **«Горизонт»**. Данная модель предусматривает перемещение работника по горизонтали с одной должности на другую, и это происходит до тех пор пока работник не побывает на всех должностях этого уровня. Тем самым это позволяет работнику более тщательно изучить данную нишу. И только после того как работник изучил всю сферу где он находится в данный момент, его переводят на новый уровень руководящий. Теперь работнику легче управлять другим уровнем из того что он его изучил полностью. Данная модель больше всего похожа на японскую модель.

4. **«Квалификация»**. Здесь уже применяется следующий принцип. Когда через определенный период времени работник проходит квалификационную аттестацию. И если он подтверждает свою квалификацию, то его повышают в должности. Эта модель распространенная и применимая как зарубежным, так и в нашей стране.

Данные модели используется во многих предприятий, и при планировании карьеру просто необходимо знать, на чём базируется модели карьеры.

По скорости, последовательности прохождения карьерной траектории различают скоростную, нормальную, супер авантюрную, типичную, последовательно-кризисную и другие виды карьеры [5].

- *Супер авантюрная* — очень высокая скорость движения с пропуском многих ступеней, иногда резкое изменение сферы деятельности. Такая карьера заканчивается крахом.

- *Авантюрная* — пропуск двух должностных уровней при достаточно высокой скорости продвижения или существенное изменение сферы деятельности.

- *Традиционная* (линейная) — постепенное продвижение вверх, иногда с пропуском одной ступени, иногда с непродолжительным понижением

в должности, позволяет руководителю овладеть необходимыми знаниями, накопить достаточный опыт.

- *Последовательно-кризисная* — характерна для периодов преобразований, которые предполагают адаптацию руководителей к переменам. Невозможность адаптации снижает должностной уровень («по ступенькам вниз»), ориентирует на борьбу за сохранение занимаемой позиции и личные интересы.

- *Прагматичная* — отдается предпочтение наиболее простым способам решения карьерных задач; характерно изменение сферы деятельности организации в зависимости от социально-экономических, технологических, технических и маркетинговых изменений; перемещения в рамках одного и того же ранга управления; преимущество отдается личным интересам.

- *Отбывающая* — вниз маловероятно, а вверх невозможно, задача удержать занимаемую позицию, преобладает ориентация на личные интересы.

- *Преобразующая* — связывают с «завоеванием мира», сходна с авантурным — высокая скорость постепенного или скачкообразного продвижения (расширения влияния), в новой области или сфере производства, либо в ее основе лежит выдающаяся идея.

- *Эволюционная* — продвижение идет вместе с ростом организации.

Каждый человек строит свою карьеру исходя из особенностей своей психологии и типажа личности. Способ построения карьеры очень сильно зависит от уровня самооценки человека, веры в свои силы и профессионализм. Кто-то предъявляет к себе, окружающим и работе повышенные требования, а кто-то довольствуется синицей в руке. Уровень этих притязаний как раз и показывает, кто чего хочет добиться в жизни.

В реальном мире можно довольно точно выделить шесть способов построения карьеры:

Альпинизм. Это люди с высоким уровнем самооценки и внутреннего контроля, осознающие уровень своих притязаний. Как правило, отрабатывают все ступени в своей карьере — сверху донизу. Тщательно контролируется

и обдумывается каждый шаг. Они решительны и готовы штурмовать вершину до полной победы. Этому способствует высокий профессионализм и прекрасная техническая оснащенность. В достижении цели им не требуется помощь, лучше просто не мешать. Всегда добиваются желаемого результата, даже если для этого потребуется нанять частный самолет.

Иллюзионизм. Обладают высоким уровнем самооценки и самоконтроля, но склонны использовать благоприятные ситуации и удачные обстоятельства для роста своей карьеры. Легко используют внешние признаки успешности (маскируются под солидных и серьезных дядек) для достижения цели. Легко может поменять место работы, если на новом будет прибыльней. Прекрасно умеет манипулировать окружающими и не стремиться быть в главных героях, но всегда контролирует «высокую волну», которая может вынести его на новые ступени карьеры. Для людей использующих этот способ имидж — главное.

Мастер. Довольно высокая самооценка при практически отсутствии притязаний. Здесь главное сам процесс познания, изучения чего-то нового, но достижение результата тут же выключает всяческий интерес. Собственно карьерой эти люди интересуются.

Коллекционер. Высокий уровень притязаний при почти полном отсутствии самооценки. Обучался очень много и всему чему только можно. Процесс обучения захватил его полностью, поэтому практика осталась в стороне. О карьере имеет весьма смутное представление, но начальником желает быть непременно. При этом его денежные притязания гораздо выше реальной стоимости его, как специалиста. Впрочем, если вы предоставите ему возможность обучаться на всевозможных курсах и определите под крыло грамотному наставнику, то неплохой специалист вам в будущем обеспечен.

Муравей. Самооценка и притязания на нуле, при этом может быть прекрасным специалистом. Не ждите от него рацпредложений, причем, все четко сформулированные задачи будут выполнены точно и в срок. Если он вас устраивает, как работник, постарайтесь не грузить его различными полномочиями и не заставляйте принимать ответственные решения,

с повышением тоже не торопитесь — может испугаться и уволиться. Подробнейшие инструкции, отсутствие выбора и своевременная похвала шефа — все, что ему нужно.

Узурпация. Высокий уровень притязаний и самоконтроля при полном отсутствии самооценки. В этой жизни надеется только на себя и карьера растет за счет собственного самолюбия. Естественно не доверяет никому и пытается контролировать всех и вся в коллективе. Стабильная ситуация — его конек, но как только она выходит из под контроля, действия становятся хаотичными. Умеет принять ответственное решение, при этом переложив ответственность за его исполнение на плечи подчиненных. Решающее значение имеют перспективы профессионального и карьерного роста на фирме.

Таким образом, при постарение карьеры работник сам выбирает и планирует по какому способу строить карьеру. Но при этом нам нужно учитывать основные правила при подъеме по карьерной лестнице.

При продвижении по карьерной лестнице существуют условные правила, которые мы должны придерживаться:

1. Образование неотъемлемая часть любого человека. То какое образование мы получаем, будет, зависит наша карьера. Поэтому к выбору профессии нужно подходить осознано ведь полученное образования влияет на многое, с кем мы общаемся, какое положение в обществе занимаем, какую модель постарения карьеры мы выберем. На все это влияет выбор профессии.

2. Постановка цели если хотим достичь карьерного роста нам просто необходимо правильно сформировать свою цель. Для достижения цели нам необходимо разработать подробный план по достижению:

- выполнять сваю работу на высоком уровне;
- умение дипломатически вести общение с окружающими;
- предложить новые разработки;
- усовершенствования своих навыков как работника;
- не оставаться в стороне от общественных дел фирмы;
- участие в разных проектов фирмы;

- выстраивания лояльных отношений с руководителем.

3. Пиар при постарение карьеры работнику не обходимо пропиарится для того чтобы зарекомендовать себя с лучшей стороны, это можно сделать следящим образом:

- создания положительного имиджа;
- раскрытия себя с деловой стороны.

4. Все выше, и выше, и выше любое предложение начальства о перемещении в должности должно быть воспринято с энтузиазмом. Не только вертикальная, но и горизонтальная карьера может сослужить хорошую службу: на новом месте можно получить дополнительные навыки и стать специалистом широкого профиля.

5. Испытание, чем выше будет подъем по карьерной лестнице, тем большие испытаний будут, ждут карьериста. Здесь самое главное не испортить отношения с бывшими коллегами. Ведь, как известно только коллеги смогут поддерживать ваш положительный имидж. И не поддаваться на разные провокации со стороны не доброжелателей, которые захотят подпортить ваш имидж.

6. Каждого руководителя постоянно кто-то критикует, и карьеристу надо быть к этому быть готовым. В основной массе критика полезна для развития, руководителю критика поможет объективно оценить свои действия. Поэтому необходимо вести диалоги с людьми, которые вас критикуют, а не воспринимать все в штыки.

7. Персональный менеджмент это эффективное использования своего времени на работе. Самое главное при постарение карьеры правильно управлять своим временем. Ведь если мы будем, не эффективно планировать сваё время, то будем постоянно опаздывать. А при постарение карьеры самое главное это распланировать повремени так свою карьеру, чтобы не задерживаться намести изо нехватки времени.

Оптимизация рабочего процесса важное правило при планирование успешной карьеры. Здесь самое главное ведения своих проектов с учетом

полного контроля времени, если контролировать время, то мы сможем выполнить и в срок любую работу.

Без всякого потери времени, что самое главное, когда строишь карьеру.

8. Стресса устойчивость при построения карьеры возникает масса разных стрессовых ситуаций, которые влияют на работника с не лучшей стороны. Необходимо быть всегда готовым к стрессам, когда начинаешь строить карьеру. Это может произойти то что когда достигнешь заветной цели, произойдет спад работа способности и тогда все труды будут насмарку. Чтобы это не произошло необходимо готовить себя с психологической точки зрения к стрессам, тогда нам будет проще справляться со стрессами если мы будем подготовлены.

9. Выполнения работы любой работник старается выполнять свою работу тщательно, но тут самое главное не перестараться. Может произойти такая ситуация что если вы выполняете свою работу та блестяще что вас можно перевесит на более высокую должность. Работодатель просто может не найти замену на ваше места и это обратился для вас крахам карьеры, вы так и останемся на своём мести выполнять хорошо сваю работу. Чтобы этого не произошло, не надо становиться не заменимым работником, просто необходимо грамотно вести свои рабочие дела. Так чтобы работодатель захотел вас повысит и сразу нашел бы на ваше место замену.

10. Стиль работника, который планирует постарение карьеры просто необходимо уделять внимание не только работе, общению начальствам и т. д. Но самое главное следить за модной индустрией. Карьерист должен выгладить модным стильным для того чтобы его можно было выделить из толпы людей. Если вы достигни высот и будете выгладеть немного не от миро всего, то над вами станут смеяться подчиненные, а в том случи если вы выгладите эффектно то на вас будут, равняется ваши подчиненные.

И самое главное стильным, уверенным людям всегда легче построить карьеру, чем другим. Стиль всегда заметин и этих сотрудников чаще продвигают по карьерной лестнице.

Таким образом, молодому специалисту который желает построить карьеру, нужно для себя поставить цель чего он желает добиться. Самое главное при построение карьеры это иметь тщательно разработанный план своих действий для достижения карьерного успеха. Любая карьера неважно в какой области, она строиться будит имеет свои сложности, для того чтобы эти трудности избежать с наименьшими патерами специалисту нужно знать этапы прохождения по карьерной лестнице, виды карьеры, учитывать специфику своей профессии для моделирования карьеры. Мне кажется, что карьера играет важную роль в жизни современного человека, и когда мы начинаем задумываться о карьере, нужно помнить что карьера это сложный многоэтапный процесс который отнимает много времени сил. Так давайте, чтобы построения карьеры было не в тягость, а радость будем учитывать все подводные камни, которые встретятся у нас на пути, учтём их заранее, перед тем как станем планировать, или строить карьеру.

Список литературы:

1. Афанасенко И.В. Стратегии построения карьеры как компонент профессиональной Я-КОНЦЕПЦИИ [Текст] // Сборник материалов III всероссийского съезда психологов. СПб., изд-во Ленинградского государственн, 2011. — 250 с.
2. Великий коммуникатор / Энциклопедии карьеры, [Электронный ресурс] / Портал «Онлайн-журнал» «HEADHUNTER», 2010 г.
3. Иванов В.Ю. Карьера менеджера как объект исследования и управления. [Текст] / Менеджмент в России и за рубежом. 2010. № 3.
4. Симов С. Планирование успешной карьеры /С. Симов// Портал «Территория твоего развития» <http://www.brainity.ru> адрес в сети Интернет: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.brainity.ru/business/career/3569/>
5. Управление карьерой персонала// Портал «Webarhimed» <http://webarhimed.ru> адрес в сети Интернет: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.webarhimed.ru/page-145.html>
6. Шесть способов построения карьеры / Портал «Ветер перемен»<http://veter-peremen.ru> адрес в сети Интернет: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://veter-peremen1122.ru/kak-bistro-nayti-rabotu/shest-sposobov-postroeniya-kareryi>

ПОДГОТОВКА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕЗЕРВА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Папанян Рубен Гарникович

*студент 1 курса, кафедра экономики и управления на предприятии СКФУ,
РФ, г. Пятигорск
E-mail: 777asala777@mail.ru*

Дзанагова Татьяна Яковлевна

*научный руководитель, старший преподаватель кафедры государственного
и муниципального управления СКФУ,
РФ, г. Пятигорск*

Государственные и частные предприятия в Российской Федерации развиваются параллельно, практически не взаимодействуя друг с другом. Однако, у них существуют общие точки соприкосновения и общие проблемы, которые необходимо решать совместно, без учета формы собственности, как в теоретическом, так и в практическом плане. Это прежде всего касается вопросов подготовки работника для выполнения функций руководителя.

В настоящее время в подборе руководителей главенствует формальный подход: наличие высшего образования, не учитывая общую картину способностей человека как руководителя, в надежде, что специалист сам выработает управленческие качества.

Однако, времена выдающихся управленцев — одиночек, таких как Ли Якокка, Генри Форд прошли. Развитая экономика требует большого количества одаренных, креативно мыслящих руководителей высшего и среднего управленческих звеньев. Потребность в управленческом персонале растет во всем мире: так в США за 20 лет количество управленческого персонала выросло на 10 млн. человек [1].

Совершенно очевидно, что управленцами не рождаются, ими становятся в результате целенаправленной подготовки.

Однако здесь вырисовывается проблема, к которой хотелось бы привлечь внимание: если на уровне государственных предприятий и организаций, а так же бывших государственных предприятий, сменивших форму

собственности в результате приватизации, вопрос о подготовке управленческих кадров посредством кадрового резерва хорошо проработан, то на предприятиях среднего и малого бизнеса, возникших на постсоветском пространстве, воспроизводство руководящих кадров разного управленческого уровня, в основном, как в теоретическом, так и в практическом плане отсутствует.

Результаты исследования Н. Лапшиной [2] в России и на Украине малых организаций: менее 50 сотрудников, средних — от 50 до 500 сотрудников и крупных — более 500 сотрудников показали зависимость наличия кадрового резерва от размеров предприятия. Так на 40 % малых предприятий кадровый резерв имеется формально, а на 60 % исследованных предприятий система кадрового резерва вообще отсутствует и только 20 % из них планируют создание кадрового резерва. Основными причинами отсутствия кадрового резерва на малых предприятиях были названы высокая текучесть кадров, малый штат сотрудников и достаточная квалификация персонала.

На исследованных предприятиях среднего бизнеса 44 % имеют кадровый резерв, поддерживаемый документально: разработаны положение о кадровом резерве, программа его развития, списки на замещения должностей; 17 % предприятий имеют неформальный кадровый резерв, остальные предприятия этой группы признавая важность кадрового резерва для воспроизводства управленческих кадров планирует его создание.

Крупные предприятия на 86 % обеспечены кадровым резервом в формальном и неформальном виде, а 36 % крупных организаций поддерживают деятельность кадрового резерва документально разработкой программ развития кадрового резерва, положением о кадровом резерве.

В то же время на большинстве существующих крупных предприятиях, даже при наличии кадрового резерва, существует тенденция привлечения руководящих кадров извне, что не всегда приносит ожидаемый эффект и приводит к демотивации собственного персонала.

Однако для малых предприятий привлечение хороших управленцев со стороны достаточно дорого, поэтому основное внимание должно уделяться

обучению собственных руководителей, причем за счет собственных возможностей.

Проблемы воспроизводства руководителей малых и средних предприятий близки по своему содержанию: нет специалиста, занимающегося развитием управленческого персонала, убежденность руководства о неэффективности вложений в персонал, поскольку затраты на обучение могут составить «1/3 от бюджета на обучение и развитие персонала организации», а резервист обучившись, может сменить место работы [3].

Но опыт предприятий показывает, что до предполагаемого увольнения руководителя, затраты быстро окупаются его более эффективной работой и приносят организации дополнительный доход, перекрывающий расходы на обучение.

Для всех предприятий, независимо от размера и формы собственности, в условиях рыночной экономики важно обеспечить конкурентоспособность в своем сегменте рынка, а это не возможно без подготовленных управленцев.

В наш век быстрых перемен в области информации, быстрого обновления знаний, качественное управление возможно только в результате постоянного обучения.

Формирование и обучение грамотного руководителя — сложный и долговременный процесс. Этот процесс связан не только с обучением руководителя, но и с переформированием его личности в целом. В связи с этим повышенные требования предъявляются к профессиональным и личностным качествам управляющего организацией.

Чтобы подготовить руководителя среднего управленческого уровня необходимо, как минимум, полтора года, руководителя высшего звена — от трех лет и выше. И чтобы затраченные на обучение средства были оправданы, нужно четко определиться, какие должностные позиции в организации требуют замещения и в какие сроки.

Естественно, возникает вопрос, как обучать резервистов.

Крупные организации, обладающие достаточными финансовыми средствами в выборе методов обучения имеют больше возможностей.

Тем не менее, предприятия среднего и малого размеров не должны отказываться от обучения перспективных сотрудников. В арсенале обучения специалистов, включенных в кадровый резерв, для средних и малых предприятий можно применить уже испытанные методы: наставничество, ротацию, самообучение, стажировку.

Поскольку смысл создания кадрового резерва — это подготовка замены одного руководителя другим и было бы логично на предприятиях малого и среднего бизнеса использовать метод наставничества, когда более опытный руководитель передает свои знания будущему.

Но здесь может сыграть отрицательную роль психологический барьер, когда действующий руководитель опасается передавать свой опыт будущему приемнику, поэтому применяя данный метод, необходимо разработать такие мотиваторы, которые будут способствовать передаче необходимых знаний.

Сами резервисты отмечают эффективность ротации, как метода совершенствования знаний, позволяющий резервисту хорошо изучить производственный процесс, его особенности на данном предприятии, вскрыть определенные «узкие» места, требующие решений или изменений.

Этот метод дает возможность и администрации предприятия сделать выводы о правильности выбора резервиста под конкретную должность, увидеть его качества как специалиста и как руководителя при решении производственных и социальных вопросов.

Специфика малого предприятия диктует особый подход к обучению специалистов в кадровом резерве. Надо отметить, что организационная структура такого предприятия не предлагает достаточного количества руководящих должностей и руководители малых предприятий считают предпочтительным для обучения резервиста, метод самообразования, который не только дает предприятию квалифицированного специалиста, но и способствует повышению конкурентоспособности самого резервиста, однако

необходима правильная оценка этого метода. Здесь можно предложить проведение семинаров по обмену опытом, на которых «резервисты» могут поделиться полученными знаниями с коллегами.

Подобные мероприятия в значительной степени способствуют стимулированию интереса остальных сотрудников к приобретению новых знаний и навыков, играют положительную роль в создании имиджа «резервиста», как знающего специалиста, способного к творческому мышлению, освоению новых знаний и их адаптации под конкретную производственную ситуацию.

Нужно выделить также такой метод обучения, как стажировка на другом предприятии, которая способствует как получению новых знаний по специальности, организации труда, изучению новых технологий с возможностью применения их на своем предприятии. К сожалению, этот метод используется в настоящее время довольно редко, но его положительный эффект нельзя отрицать.

Таким образом, говоря о кадровом резерве для предприятий малого и среднего бизнеса можно отметить:

1. Кадровый резерв одинаково актуален для предприятий разного размера и разной формы собственности, однако малые предприятия в наименьшей степени используют этот ресурс, полагая, что их размеры не позволяют организовать работу кадрового резерва.

2. Основной задачей кадрового резерва является повышение конкурентоспособности предприятия в том сегменте рынка, в котором оно осуществляет свою деятельность, что особенно важно именно для малых предприятий, которые в наибольшей степени подвергаются конкурентному давлению.

3. Кадровый резерв на малых и средних по размеру предприятиях может быть как формальным, подкрепленным документально локальными актами предприятия, так и неформальным, в которой владелец предприятия является ключевым звеном решения основных задач по организации кадрового резерва.

4. Выбор методов обучения в кадровом резерве предприятий малого и среднего бизнеса зависит, прежде всего от финансовых возможностей предприятия, их стратегии и целей предприятия.

5. Для эффективности обучения «резервистов» в кадровом резерве необходимо разработать систему мотивации, которая бы отвечала их стремлениям в вопросах реализации карьерных устремлений, повышала их самооценку и способствовала созданию положительного имиджа будущего руководителя.

Список литературы:

1. Кадры менеджеров современных предприятий. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://ur-portal.ru/work.pl?act=handbook_read&subact=851570&id=362943 (Дата обращения 27.02.2014).
2. Лапшина Н. Результаты исследования политики компаний в отношении кадрового резерва [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL.: http://hrm.ru/blog_rezultaty-issledovaniya-politiki-kompanij-v-otnoshenii-kadrovogo-rezerva-chast-1_113BDA (Дата обращения 01.03.2014).
3. Ушакова Д. Кадровый резерв. Новое прочтение. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/692785/> (Дата обращения 02.03.2014).

АСПЕКТЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕСЕРВИСА

Пырин Ярослав Дмитриевич

*магистрант 3 курса, кафедра «Менеджмент в отраслях
топливно-энергетического бизнеса»,
Тюменский Государственный Нефтегазовый Университет,
РФ, г. Тюмень
E-mail: pyrin.y.d@mail.ru*

Осиновская Ирина Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, Тюменский Государственный
Нефтегазовый Университет. Институт Менеджмента и Бизнеса,
РФ, г. Тюмень*

На сегодняшний день высокий уровень развития российской нефтегазовой промышленности взаимосвязан с развитием эффективного инфраструктурного обеспечения на основе модернизации нефтесервисного бизнеса. На российском нефтесервисном рынке в последние годы произошли существенные изменения, что сказалось на результатах деятельности компаний нефтегазового сектора экономики. Основной причиной происходящего является плачевное состояние отрасли — истощение запасов легкодоступных углеводородных ресурсов и необходимость освоения трудно извлекаемых запасов, что не возможно без применения инновационных технологий и современного оборудования. На рынке в настоящее время наблюдается существенная конкуренция, многие компании не соответствуют новым требованиям и мало способны к инновационному развитию, следовательно, они вынуждены покинуть рынок [1]. Многие происходящие трудности в нефтегазовом комплексе связаны с недостаточным развитием в соответствии с изменяющейся экономической ситуацией самих нефтесервисных компаний, эффективная деятельность которых привязана к возможности их адаптации к быстро меняющимся внешним экономическим условиям.

Управление рисками на предприятиях нефтесервиса происходит в большей степени фрагментарно, оценка осуществляется в большинстве случаев экспертным путем, оценка рисков направлена на ликвидацию последствий

наступления рисков событий. Необходимо развитие грамотного риск-менеджмента с целью предупреждения рисков на стадии планирования, для чего требуется развитие организационно-методических аспектов управления рисками предприятий нефтегазового сервиса. Между тем риски, с которыми сталкиваются хозяйствующие субъекты, в процессе своей деятельности в высшей степени разнородны, и поэтому требуют интегрированного подхода к управлению рисками. Приоритетной задачей эффективного риск-менеджмента является апробация достижения различных областей знаний с целью эффективного управления аспектами риск-менеджмента. Стремление к лучшим итогам деятельности хозяйствующих субъектов не представляется возможным без внимания к проблеме управления рисками в российских условиях, что свидетельствуют о необходимости проведения исследования механизма риск-менеджмента и проблем, связанных с повышением его эффективности. Все хозяйственные субъекты при управлении происходящими бизнес-процессами периодически сталкиваются с необходимостью грамотного управления и предупреждения бизнес-процессов. В связи с этим во главу ценностей компании должно быть грамотное управление аспектами риск-менеджмента [3].

Основная цель управления рискам состоит в определении потенциально опасных отклонений от запланированных результатов, с целью повышения показателей эффективности деятельности компании. Управлять рисками означает определять перспективы и выявлять возможности для совершенствования деятельности, а также не допускать или сокращать вероятность нежелательного хода событий.

Проведение качественного учета рисков приводит к проведению достоверного анализа данных и анализа причин их наступления. Надежная оценка и оперативный мониторинг факторов риска обеспечит качественный анализ работ, как на стадии планирования, так и в процесс реализации, что в конечном итоге позволит повысить эффективность проектов.

На основе полученных результатов в процессе анализа при сопоставлении их с направлениями развития компании и мероприятиями по управлению производственными и экономическими рисками следующим шагом риск-менеджмента должен стать качественный анализ. В таком случае компания может прогнозировать стратегическое развитие на основе синтеза технической, коммерческой и экономической информации. Оценка эффективности проектов основана на результатах интегральных значений, границы которых определены в результате проведенного исследования. В таком случае возможно построение модели прогнозных потоков денежных средств, которая позволяет принимать управленческие решения в зависимости от влияния факторов внешней и внутренней среды.

В таблице 1 представлен сравнительный анализ методов управления рисками. Как видно каждый из методов обладает преимуществами и недостатками. Наиболее верные результаты в процессе управления рисками можно получить, применяя в сочетании эффективные методы предупреждения и управления рисками.

Таблица 1.

Сравнительный анализ методов управления рисками

Наименование	Характеристика	Достоинства	Недостатки
Метод корректировки нормы дисконта	Базовый вариант расчетов пересчитывается с применением различных норм дисконта в зависимости от степени предполагаемой величины риска	Простота и понимание расчетов. Широкое применение.	Корректировка нормы дисконта не дает информации о степени риска. Полученные результаты зависят от величины надбавки за риск. Метод не несет информации о вероятностных распределениях будущих потоков платежей и не позволяет получить их оценку.
Метод достоверных эквивалентов	Регулирование денежных потоков в зависимости от связанной с ними степени неопределенности	Опыт в подобных проектах может быть полезен при реализации последующих	Сложность расчетов коэффициентов достоверности, адекватных риску на каждом этапе проекта. Невозможность проведения

			анализа вероятностных распределений ключевых параметров
Анализ чувствительности	Проводится анализ чувствительности аналитической модели инвестиций к изменению одного параметра.	Не учитывается наличие корреляции между составляющими проекта. Рассматривается влияние только одной варьируемой переменной при неизменных остальных составляющих проекта	Корреляция моделируется разными методами и учитывается в модели. Появляется возможность одновременно моделировать случайные изменения нескольких составляющих с учетом условий коррелированности
Дерево решений	Представляет насколько поддается количественной оценке то или другое явление в условиях субъективного принятия непрограммируемых решений	Определяет сценарии наилучшего развития событий.	Повторение некоторых частей при построении деревьев решений, создание в некоторых случаях трудноинтерпретируемых правил
Метод сценариев	Представляет собой развитие методики анализа чувствительности проекта, одновременному изменению подвергается вся группа переменных.	Требуется отбор и аналитическая информация для создания нескольких сценариев. Границы сценариев размыты, а построенные оценки значений переменных для каждого сценария в некоторой степени произвольны. Рассматривается эффект ограниченного числа возможных комбинаций переменных, рост числа сценариев и числа изменяемых переменных усложняет моделирование	Сценарии формируются исходя из диапазонов возможных изменений случайных величин и подобранных законов распределения. Число случайных сценариев может быть сколь угодно велико, так как процесс имитации реализован в виде компьютерной программы, существует метод выбора необходимого числа сценариев, гарантирующего с определенной вероятностью точность результатов моделирования

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Имитационное моделирование методом Монте - Карло</p>	<p>Эффективный аппарат исследования стохастических систем. Имеется возможность проводить исследование в условиях неопределенности, при неполных и неточных данных.</p>	<p>Разработка имитационной модели системы позволяет лучше понять реальную систему. В ходе моделирования возможно рассмотрение большого временного периода. Моделирование не требует прерывания текущей деятельности реальной системы. Моделирование можно использовать в качестве средства обучения персонала работе с реальной системой. Обеспечивает более реалистичное воспроизведение системы, чем математический анализ.</p>	<p>Нет никакого способа доказать, что работа модели полностью соответствует работе реальной системы. Моделирование связано с многочисленными повторениями последовательностей, которые основываются на генерации случайных чисел, имитирующих наступление тех или иных событий. Для метода имитационного моделирования по-прежнему характерно недостаточное использование стандартизованных подходов. В результате модели одной и той же реальной системы, построенные разными аналитиками, могут иметь мало общего между собой.</p>
---	--	---	--

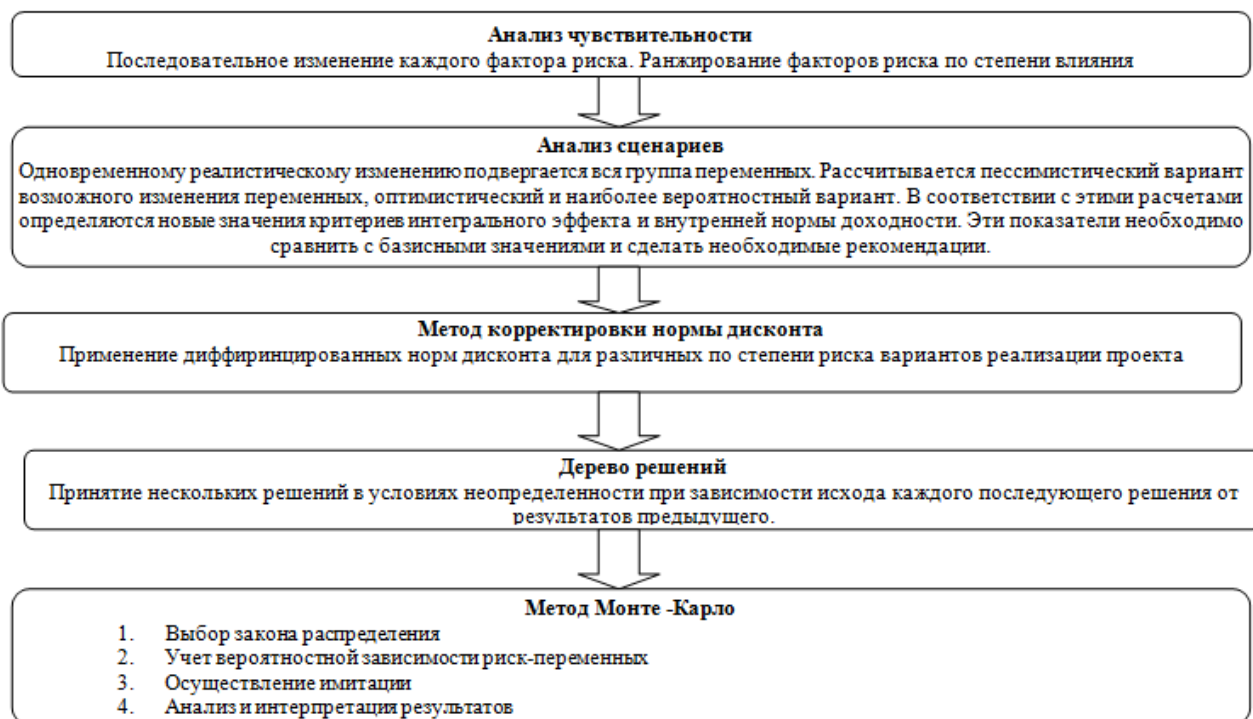


Рисунок 1. Алгоритм комплексной оценки рисков

В результате проведенного анализа достоинств и недостатков применения практикующих методов предотвращения рисков, можно констатировать,

что наиболее эффективно проводить комплексный анализ проекта, который должен включать в себя использование перечисленных методов в совокупности.

Преимущества использования комплексного анализа рисков обусловлены следующими причинами:

1. высокая неопределенность приводит к тому, что результаты реализации проекта существенно отличаются от прогнозных;

2. различного рода высокие риски, требуют реализации мероприятий по управлению рисками, с помощью предлагаемого подхода можно заранее оценить, насколько те или иные мероприятия по управлению рисками смогут снизить рискованность и как это отразится на эффективности проекта.

В условиях ограниченности финансовых ресурсов, сочетание предложенного подхода к предупреждению и управлению рисками на разных этапах жизненного цикла проекта нефтесервисных компаний определяться уровнем отдельных элементов группы рисков и результатами самооценки в соответствии со стратегией развития [2]. Полученные результаты являются стратегически важной информацией при управлении проектами и принятии решений на всех стадиях его реализации.

Список литературы:

1. Городилов А.В. Стратегическая реструктуризация нефтесервисных компаний: автореферат дис. кандидата экономических наук: 08.00.05. СПб., 2010.
2. Королева Е.А. Использование инструментов риск-менеджмента в управлении сервисными предприятиями. Технолого-инструментарные новации в управлении топливно-энергетическим комплексом: макро-, мезо- и микроуровень: Сб. науч. тр. Тюмень: ТюмГНГУ, 2006. — 320 с.
3. Шелепов А.М. Управление экономическими рисками хозяйствующих субъектов: Дис. канд. экон. наук: 08.00.05. Кострома, 2006.

ПРОБЛЕМА ВНЕДРЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

Юсыпчук Олеся Ивановна

*студент 3 курса, кафедра финансы и кредит,
Дальневосточный федеральный университет,
РФ, г. Владивосток.*

E-mail: sigma_wave@mail.ru

Меркушова Наталья Ивановна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, кафедра менеджмента,
Дальневосточный федеральный университет,
РФ, г. Владивосток*

В современных условиях на российских предприятиях существует проблема недостаточного уровня конкурентоспособности, которую в свою очередь можно ликвидировать посредством внедрения четко структурированной производственной системы. Из наиболее продуктивных производственных систем можно выделить Lean Production (LP).

Проблема модернизации производственных систем в настоящее время в России проявляется в остро выраженной форме. В большинстве российских компаний основой производственной системы является концепция массового производства, которая в свою очередь не достаточно соответствует современным требованиям, а, следовательно, не приносит ожидаемого эффекта [1, с. 3]. Отсюда следует необходимость модернизации производственной системы, приняв за основу более продуктивную и действенную. Пытаясь перевести производство на новый уровень, многие российские компании принимают только несколько инструментов (управление качеством дополняется визуализацией отдельных рабочих мест или снижением межоперационных запасов), а не всю концепцию в целом, что ограничивает получаемую экономию на издержках. Поэтому внедрение новой системы производства представляет собой сложный и трудоемкий процесс, требующий больших усилий, как со стороны руководства, так и со стороны персонала.

Наиболее высокий потенциал в области производственной системы демонстрируют западные, японские и американские компании. Одной

из наиболее известных систем производства является Lean Production (LP), известная в России под названием «бережливое производство». Данная концепция является западной адаптацией известной во всем мире производственной системы TPS (Toyota Production System). В свое время японские компании сумели тщательно изучить и правильно систематизировать известные раннее знания и навыки управления производством, изложив их в доступной форме и успешно применив их на практике. Данная система разрабатывалась в компании Toyota на протяжении тридцати десятилетий и в конечном итоге оказалась весьма эффективной. Более того TPS нашла своих последователей в лице ведущих компаний развитых стран, которые с успехом перенесли опыт японских компаний в производство [4, с. 12].

В основе данной концепции лежит системное снижение затрат и всех видов потерь в целом, а так же снижение цены без ущерба прибыли. Данный эффект может достигаться путем улучшения качества и потребительских свойств продукции, ускорив при этом скорость движения потока создания ценности. В совокупности все это приведет к улучшению конкурентоспособности самой продукции, а, следовательно, и предприятия.

Важной составляющей бережливого производства является процесс устранения потерь. Очень важно определить не просто проблему, а найти ее глубинный смысл, установив при этом причинно следственные связи на более глобальном уровне. Для этого используется целая система инструментов, предназначение которых заключается в улучшении не только производственных, но и обслуживающих процессов, которые в совокупности являют собой производственную систему предприятия. Данные инструменты Бережливого производства позволяют рассмотреть всю цепочку продвижения товаров и услуг компании, выделив этапы, приносящие потери. Способность увидеть ситуацию с такой стороны приводит руководство и персонал компании к осознанию причин недостижения поставленных целей. Благодаря правильной трактовке событий, влекущих за собой неэффективность производства на уровне отдельных операций, дает возможность устранить или снизить

издержки на их выполнение, не создавая при этом увеличение стоимости самого товара в процессе его движения от закупок до отгрузки.

Бережливое производство представляет собой сложный процесс, состоящий из множества инструментов. Наиболее известными методами и инструментами Бережливого производства являются:

- картирование потока создания ценности (Value Stream Mapping);
- вытягивающее поточное производство;
- кайдзен — непрерывное совершенствование;
- система 5С-технология создания эффективного рабочего места;
- система SMED — быстрая перекладка оборудования;
- система TPM (Total Productive Maintenance) — Всеобщий уход за оборудованием;
- система JIT (Just-in-Time — точно вовремя);
- визуализация;
- U-образные ячейки [4, с. 40].

Применяя представленные выше инструменты, соблюдая правильное их взаимодействие можно достигнуть эффективного использования производственной системы Бережливого производства. При этом следует понимать, что в основе данной концепции лежит сочетание современной технологии Запада и законов философии Востока, поэтому данную систему следует оценивать не только, как алгоритм определенных действий по улучшению качества производства, но и как тонкий философский подход в целом, который ориентирован на человеческие ценности и базируется на духовной основе.

Как показывает практика, процесс внедрения Бережливого производства в России является весьма затруднительным. Концепция LP получила распространение в России лишь только в начале 2000-х годов. В связи с его популярностью за рубежом и конкурентной борьбы на международных рынках началось массовое внедрение стандартов качества. К списку компаний, которые создали свою производственную систему, ссылаясь на Lean Production, можно отнести Сбербанк, Группу ГАЗ, Иркут, Росатом, КамАЗ, Русал,

ЕвразХолдинг, Еврохим, ВСМПО-АВИСМА, КУМЗ, Sollers. Успешное использование данной производственной системы значительно облегчило процесс производства среди этих компаний, а так же утвердило их место на рынке [5, с. 16].

При внедрении данной концепции большинство отечественных компаний допускают ряд ошибок:

- во-первых, взяв за основу производственной системы концепцию LP, руководители начинают ждать мгновенного эффекта;
- во-вторых, не берут во внимание необходимость постоянного и постепенного совершенствования данного процесса;
- в-третьих, пренебрегают философией данной системы.

В качестве барьеров при внедрении Бережливого производства в отечественных компаниях выступают как внешние, так и внутренние ограничители.

Наиболее значимым внешним ограничительным фактором является недостаток информации о практическом применении данной концепции. Существует огромное количество статей об эффективности использования концепции Бережливого производства на практике, но как такого единого руководства по внедрению и дальнейшему его применению нет, что вызывает ряд недоумений со стороны руководства компаний.

Так же следует отметить отсутствие поддержки со стороны государства. Многие отечественные компании не производят предпосылки внедрения производственных систем, в связи с тем, что возлагают надежды, что ключевым звеном на распространение производственных систем станет государство.

К основным внутренним ограничителям в первую очередь относится нежелание со стороны компании принимать что-то новое. При отвержении необходимости перемен, происходит всякое нежелание воспринимать информацию, что в свою очередь тормозит предприятие в его развитии, мешая ему перейти на более высокий уровень производства.

Так же существует проблема обучения персонала, которая проявляется как в потребности финансирования этого процесса, так и в нежелании персонала учиться и применять элементы LP. Сотрудники компании начинают оказывать сопротивление, что так же является результатом боязни чего-то нового. Таким образом, устоявшиеся стереотипы зачастую мешают изменениям в структуре производственной системы.

Так же имеет место быть проблема неправильного понимания всей концепции Бережливого производства. Зачастую данную систему воспринимают как набор инструментов по сокращению затрат на производство, а не как глобальный подход по управлению предприятием с целью повышения качества и снижения ненужных потерь. Причиной этому так же служит фактор, связанный с недостатком информационной базы. Более того некоторые информационные источники имеют неправильную интерпретацию, оригинал которых идет от зарубежных авторов. Не следует забывать, так же, что речь идет совершенно о другой экономической системе. В результате все это приводит к ситуации, когда руководство не решается произвести изменения на глобальном уровне, а принимает лишь отдельные решения из концепции LP [2, с. 5].

По-мнению иностранных специалистов и консультантов, ключевой проблемой препятствующей эффективному внедрению Бережливого производства на отечественных предприятиях заключается в тоталитаризме со стороны руководителей, проявляющемся в чрезмерном командовании и поиске виновных. Данная особенность имеет большое расхождение с философией, входящей в основу LP: «Вам не нужен руководитель — Вам нужен наставник». Приняв это во внимание, проблемы сопротивления со стороны персонала будут устранены [3, с. 41].

При внедрении Lean Production российскими компаниями в первую очередь следует понять то, что речь идет о концепции, которая содержит в себе совершенно иную философию и была разработана людьми, которые имеют отличный от России менталитет. Нужно быть готовым к трудностям

и сопротивлениям, которые возникнут в процессе применения и использования данной производственной системы. Но при тщательном изучении и осмыслении всей концепции и ее философии положительный эффект не заставит себя ждать. В этом нам дали убедиться зарубежные компании активно и успешно использующие Lean Production System.

Список литературы:

1. Голяков С.М. «Современные производственные системы предприятий» — Сборник научных статей «Проблемы взаимодействия хозяйствующих субъектов реального сектора экономики России: финансово-экономический социально-политический, правовой и гуманитарный аспекты», СПб.: Институт бизнеса и права, 2011.
2. Зинченко С.П. «Внедрение концепции производственных систем в России: типичные препятствия и вызовы» — Альманах «Управление производством» № 1, март 2013.
3. Кононова В.Ю. «Модернизация производственных систем на российских предприятиях: оценка влияния, масштабы применимости и содержание госполитики» — Институт комплексных стратегических исследований Высшая Школа Бизнеса МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012.
4. Фейгенсон Н.Б., Мацкевич И.С., Липецкая М.С. «Бережливое производство и системы менеджмента качества»: серия докладов (зеленых книг) в рамках проекта «Промышленный и технологический форсайт Российской Федерации» / Н.Б. Фейгенсон, И.С. Мацкевич, М.С. Липецкая; Фонд «Центр стратегических разработок «Северо-Запад» СПб., 2012. — Вып. 1 — 71 с. (Серия докладов в рамках проекта «Промышленный и технологический форсайт Российской Федерации»).
5. Центр исследований и аналитики. Управление производством. Аналитическое исследование «Производственные системы России», М. 2012.

СЕКЦИЯ 3. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

ФЕНОМЕН МИГРАЦИИ МЕЖДУ РОССИЕЙ И КАЗАХСТАНОМ: ДИНАМИКА, ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ

Семенов Олег Владимирович

*студент 1 курса, кафедра истории Отечества
и социально-политических теорий,
РФ, г. Оренбург
E-mail: burganovain@yandex.ru*

Бурганова Инна Николаевна

*научный руководитель, канд. политических наук, доцент кафедры истории
Отечества и социально-политических теорий ОГПУ,
РФ, г. Оренбург*

В современном мире миграционные процессы выступают важнейшим показателем не только социальной структуры государств (оценка динамики подвижности населения), но и демонстрируют формирование единого экономического пространства как рынка трудовых ресурсов.

Миграция становится всё более значимым для общества явлением, связанным с множеством социально-экономических, политических, этнических, демографических и др. факторов. Миграционные процессы имеют свою специфику. Во многих государствах миграция считается одной из самых трудноразрешимых проблем.

Масштабы межгосударственной миграции РФ и Казахстана стали наиболее заметны после распада СССР. Оценка автором статьи особенностей этого процесса позволит показать эффективность сотрудничества Москвы и Астаны в целом, и выявить социально-экономические масштабы миграции в частности. Анализ происходящих процессов будет способствовать эффективному решению многих государственных задач, таких, как: регулирование миграции, учёт и распределение трудовых ресурсов, прогнозирования ситуации и других.

Масштабы, характер и факторы миграционных процессов между РФ и Казахстаном не раз менялись за последние годы. Самым масштабным был период 1990-х гг., когда выезд русскоязычных граждан из Казахстана приобрёл массовый характер. Факторами миграции тогда выступили — распад Советского Союза и связанные с ним последствия, начиная от падения промышленного производства и уровня жизни в целом. В общей сложности за десять лет из Казахстана выехало около 2 млн. человек, из них свыше 70 % — в Россию. Значительная часть русских приняла решение репатриироваться на историческую родину, что и предопределило репатриационный характер миграционных потоков в первый период после распада СССР [2].

В начале 90-х годов отъезд русских происходил как из городской, так и из сельской местности республики Казахстан. К середине же 90-х гг. отток происходил, в основном, из городов, так как миграционный потенциал сельской местности был почти исчерпан. Покидавшее Казахстан население, преимущественно было трудоспособного возраста. Этот фактор оказал негативное влияние на общую демографическую картину Казахстана, так как за счёт оттока молодых произошло значительное старение населения.

Таким образом, главными причинами, способствовавшими массовой эмиграции русских из Казахстана, были: во-первых, желание вернуться на историческую родину и определиться с гражданством в связи с распадом Советского Союза; во-вторых, ухудшение условий труда; в-третьих, падение уровня производства в Казахстане.

Данные Росстата основных показателей миграции между РФ и Казахстаном представлены на диаграммах.

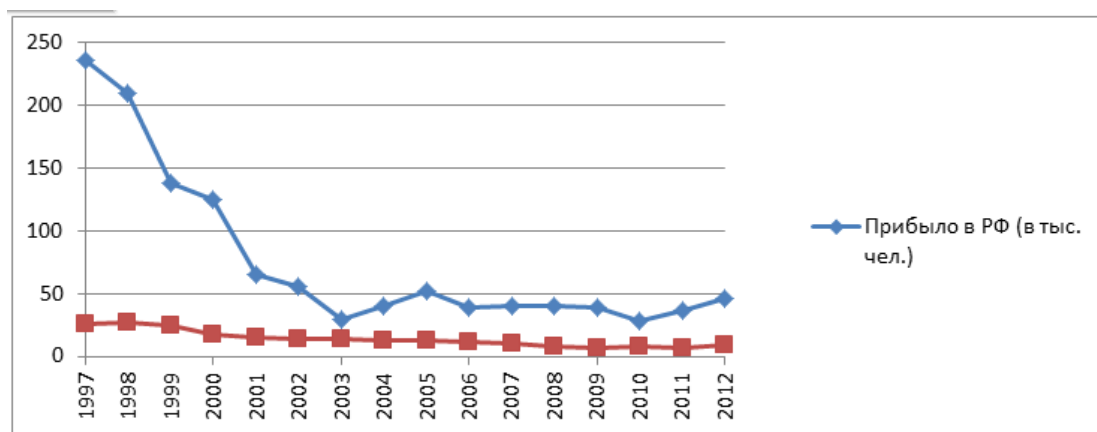


Диаграмма 1. Прибытие мигрантов в РФ и выбытия из РФ (в тыс.чел.)

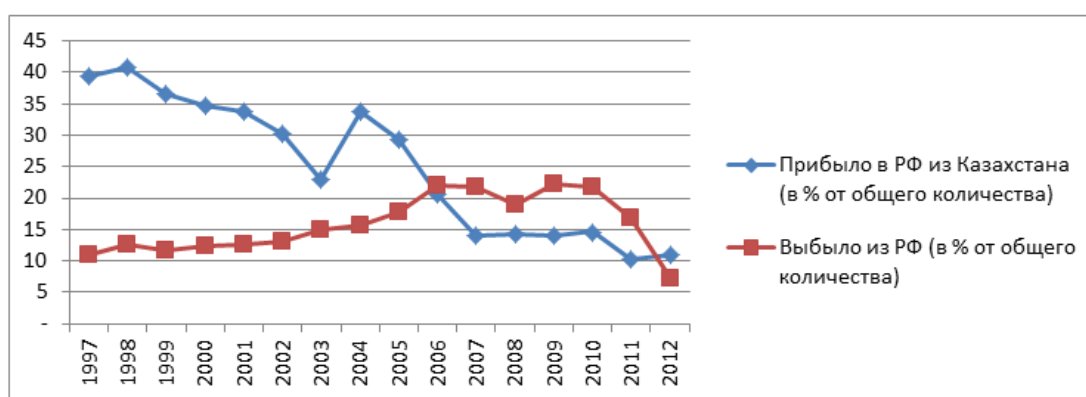


Диаграмма 2. Прибытие мигрантов в РФ и выбытия из РФ (в процентном соотношении от общего количества мигрантов)

По этим диаграммам можно проследить, как происходили изменения в процессе миграции. Пик эмиграции из Казахстана в Россию, как видно из таблицы, приходится на 1997—1998 гг. В это время количество эмигрантов из Казахстана составляло около 40 % от всех эмигрантов, прибывших в Россию.

Высокая эмиграция населения из Казахстана в Россию в этот период была обусловлена несколькими причинами:

Во-первых, введением в эти годы в Казахстане новой пенсионной системы и увеличением возрастного ценза при выходе на пенсию. В России в это же самое время сохранялась более предпочтительная прежняя пенсионная система и производилась своевременная выплата пенсий.

Во-вторых, принятием закона «О языках в республике Казахстан», который значительно уменьшил сферу применения русского языка. Население,

не знавшее государственного языка, было лишено выбора. Языковой фактор в этом случае стал «выталкивающим».

В-третьих, переписыванием Казахстаном истории в сторону исключительно негативного отношения к прошлому, переименованием исторических объектов, носящих традиционно русские названия и замену их на казахские названия.

К 2000-м годам масштаб миграций существенно уменьшился. Данный процесс был обусловлен в основном правовым фактором: принятием в РФ законов «О гражданстве Российской Федерации» и «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации». Данные законы отменяли какие-либо льготы в предоставлении гражданства РФ для граждан Казахстана, приравнивая их к гражданам дальнего зарубежья. Эти законы были крайне негативно восприняты русским населением Казахстана. Кроме того, миграционный потенциал Казахстана был практически исчерпан, так как большинство желающих покинуть страну сделали это раньше.

На миграции из России в Казахстан существенное влияние оказала государственная программа республики Казахстан Нурлы Кош, принятая в 2008 г. Она направлена на помощь в расселении и обустройстве оралманов (с казахского — «возвращенец») — этнических казахов-репатриантов, переселяющихся из других стран. Целями данной программы являются повышение качества жизни этнических мигрантов, стимулирование возвращения высококвалифицированных специалистов, ранее выехавших из Казахстана, а также укрепление социальной стабильности и согласия и улучшение демографической ситуации. По данной программе оралманы получают социальную помощь и поддержку.

Изменились и причины современных миграций из Казахстана в Россию. Всё больше на первое место выходят факторы экономические, среди которых можно отметить лучший уровень жизни в РФ, желание создать лучшие перспективы для своих детей, большой шанс на трудоустройство, сохранение пенсионной системы.

В миграционных потоках стали преобладать кратковременные и приграничные поездки. Большая доля приграничных поездок связана, прежде всего, с протяжённостью границы между странами. Она составляет более 7500 километров и является самой длинной границей между странами СНГ.

На существенное улучшение миграционной политики между Россией и Казахстаном повлияло их вступление в зону свободной торговли (ЗСТ), в таможенный союз (ТС), предусматривающий единую таможенную территорию. В пределах этой территории во взаимной торговле товарами отсутствуют таможенные пошлины и ограничения экономического характера, а также используются единые таможенные тарифы при торговле с третьими странами [1].

В 2012 г. Центром интеграционных исследований Евразийского банка развития был проведён социологический опрос в десяти странах СНГ и Грузии. Респондентам задавался вопрос «Как Вы относитесь к тому, что экономики Беларуси, Казахстана и России объединились в Таможенный союз (который освободил торговлю между тремя странами от пошлин)?». Ответы в России и Казахстане свидетельствуют о том, что большинство граждан в этих странах положительно относятся к созданию ТС: в России 72 % респондентов ответили «положительно», 17 % — «безразлично» и 4 % «отрицательно». В Казахстане 80 %, 10 % и 5 % соответственно.

Таким образом, есть предпосылки к тому, что миграционные потоки между РФ и Казахстаном и дальше будут носить в основном экономический характер. Этому способствует активное развитие торговли между странами. Так, товарооборот между Казахстаном и России за период с 2009—2012 гг. вырос практически в 2 раза — с 12,4 до 23,8 млрд. долларов США.

Положительным фактом можно считать и подписание в 2011 г. программы долгосрочного экономического сотрудничества между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Казахстан до 2020 года. Данная программа будет способствовать дальнейшему развитию экономического сотрудничества и укреплению торгово-экономических связей между странами.

Проведённые в работе исследования миграционной ситуации между РФ и Казахстаном позволили прийти к следующим выводам:

Во-первых, миграция в современном мире с каждым годом приобретает всё большее значение, поскольку от её регулирования зависит развитие экономики и уровень жизни людей;

Во-вторых, самыми масштабными миграционные процессы между РФ и Казахстаном были в 90-х гг. XX столетия после распада Советского Союза;

В-третьих, отток трудоспособного населения оказал негативное влияние на общую демографическую картину Казахстана;

В-четвертых, причины современных миграций между РФ и Казахстаном изменились в сторону. При этом на первое место выдвинулись экономические факторы;

В-пятых, существенное улучшение миграционной политики между Россией и Казахстаном повлияло их вступление в зону свободной торговли (ЗСТ) и таможенный союз (ТС).

Список литературы:

1. Бурганова И.Н. Соглашение о зоне свободной торговли и его роль в процессе взаимодействия государств-участников СНГ // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики: в 2 ч. Тамбов, — 2012. — № 1(15). — Ч. II. — С. 38—40.
2. Курманова С.Р. Этнические миграции между Казахстаном и Россией в конце XX — начале XXI века [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.enu.kz/> (дата обращения: 18.03.2014).
3. Каржаубаева А.И Старое и новое в миграционных процессах. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.demoscope.ru/center/fmcenter/karchaubaeva.html> (дата обращения: 15.03.2014).
4. Мустафаев Н. Миграционная ситуация в Казахстане [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.zakon.kz/66494-migracionnaja-situacija-v-kazakhstane.html> (дата обращения: 15.03.2014).
5. Разумов Я. Миграционное «завтра» Казахстана. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://pravo.zakon.kz/121226-migracionnoe-zavtra-kazakhstana.html> (дата обращения: 13.03.2014).

СЕКЦИЯ 4. РЕКЛАМА И PR

СОВРЕМЕННЫЙ ОБРАЗ СЕМЬИ В РЕКЛАМЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ

Петряева Екатерина Васильевна

Рзашева Алина Борисовна

*студенты 4 курса факультета социальной педагогики
ФБГОУ ВПО «Оренбургский государственный педагогический университет»,
РФ, г. Оренбург
E-mail: friend.16@mail.ru*

Луговая Ирина Валерьевна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доцент, кафедра менеджмента
и методики преподавания экономических дисциплин ФБГОУ ВПО «ОГПУ»,
РФ, г. Оренбург*

Семья — один из важнейших социальных институтов и одновременно малая социальная группа, имеющая наиболее существенное влияние на личность. Семейей в социологии называют группу людей, «связанных прямыми родственными отношениями, взрослые члены которой принимают на себя обязательства по уходу за детьми» [1, с. 364].

Семья способствует формированию и развитию личности, стимулирует социальную, производственную и творческую активность, способствует сохранению и укреплению физического и психического самочувствия членов общества, раскрытию их индивидуальности. Как важная подсистема общества, семья связана с другими социальными институтами и с обществом в целом. В проведенном нами исследовании семейные образы используются таким социальным институтом современного общества как реклама.

Семья, особенно изображение матери с маленьким ребенком, — один из любимых типажей коммерческой рекламы в силу высокой ценности семьи для большинства потенциальных покупателей. Рекламные ролики соков «Моя семья» в свое время были одними из любимых рекламных роликов, а фразы

рекламных героев стали афоризмами. Между тем, реклама реализует не только коммерческую (экономическую) функцию, но и воспитательную, пропагандистскую, образовательную и др. функции. В частности, реклама транслирует целевой аудитории не просто утилитарное сообщение, но и модель поведения, нормы, формируя тем самым ценности и стереотипы. Соответственно, интерпретация рекламных сообщений позволяет сделать вывод об общественных ценностях, желаемых образах поведения, стилях жизни.

Вслед за Л.Н. Федотовой будем рассматривать рекламу как «феномен современного социума, специфическую информацию, производимую определенными общественными структурами для воздействия на массовое сознание, анализируя и эти структуры, и массовое сознание как социальные подсистемы» [3, с. 7].

Цель нашего исследования заключалась в выявлении типичной модели семьи. Исследование осуществлялось методом контент-анализа рекламных телевизионных роликов лекарственных средств от гриппа и простуды (анализировались ролики, размещаемые на российском телевидении за последние 5 лет).

Перед началом исследования за традиционную модель семьи была взята полная семья с одним-двумя детьми, в которой роли отца — «глава семьи», «добытчик», «защитник», роль матери — «хранительница семейного очага».

Анализ реклам позволил выделить шесть типов семьи в зависимости от характера визуализации семейных форм и количественного состава семьи:

1. Расширенная семья (Пиносол).
2. Неполная семья, представленная отцом с ребенком/детьми (Анаферон детский, Лазолван).
3. Неполная семья, представленная матерью с ребенком/детьми (Доктор МОМ, Анаферон).
4. Полная семья с тремя и более детьми (Називин).
5. Полная семья с двумя детьми (Ринофлуимуцил).

6. Полная семья с одним ребенком (ДЛЯНОС, Фервекс, Афлубин, Флавамед).

7. Бездетная семья (Назол Адванс, Ринза).

Диаграмма (рис. 1) показывает, что наибольшую долю составляют полные семьи с одним ребенком (23%), бездетные семьи (13%), неполные семьи (11%). Наименее популярны многодетные семьи (1%).

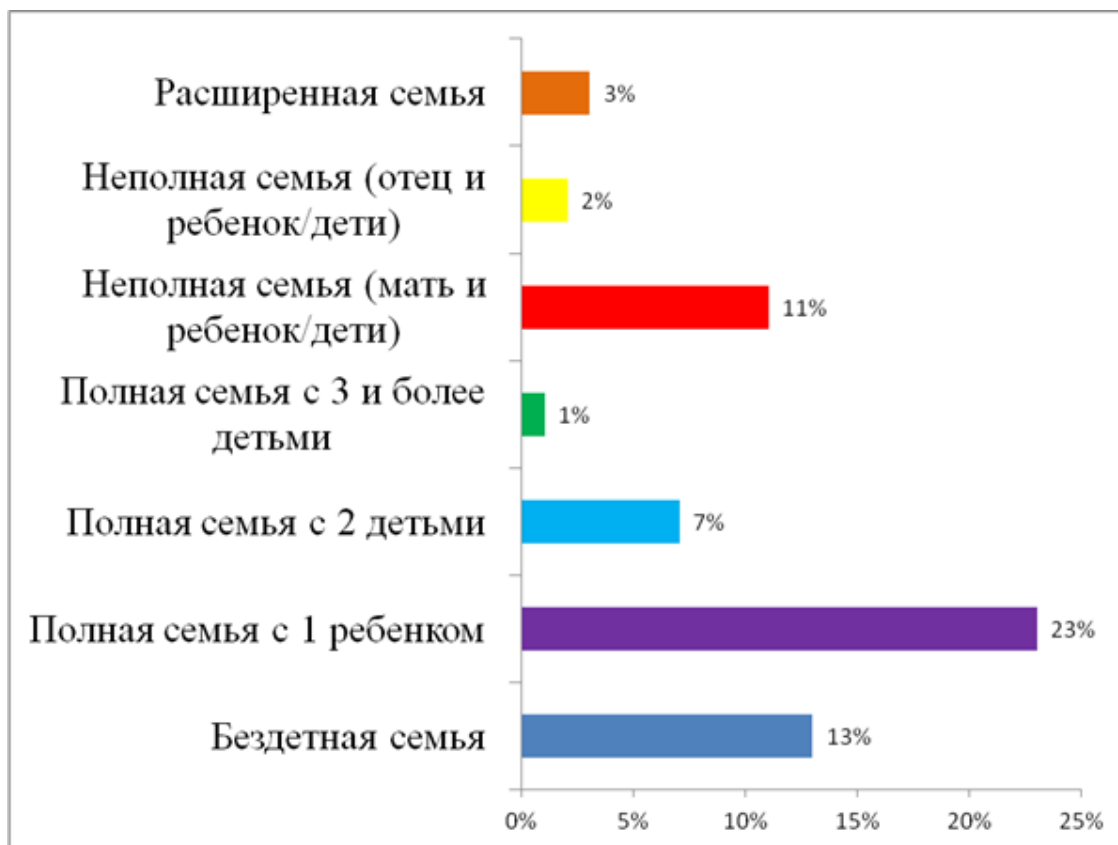


Рисунок 1. Распределение типов семьи в рекламе средств от простуды и гриппа

Анализ семейных ролей, моделей взаимоотношений, быта показал следующее:

1. В рекламе используются реальные ситуации (завтрак/ужин, уход на работу/ возвращение с работы, укладывание ребенка и др.), знакомые практически всем возрастным категориям населения.

2. Образ семьи, используемый в рекламе, легко сопоставим с реальными людьми.

3. Муж представлен достаточно традиционно он добытчик, хозяин, глава семьи. Жена (как правило, домохозяйка) выполняет роль помощницы мужа, заботливой матери, знающей все секреты хорошего здоровья. Между парой царит взаимопонимание.

4. Отношения «ребенок-родитель» строятся в ситуациях, требующей заботы и внимания родителей. Дети беззаботны, веселы, послушны.

5. Быт семьи полностью обеспечен, у семьи либо просторная квартира, либо отдельный дом.

Между тем, отметим, что в отдельных рекламах муж также требует заботы, как и дети. Например, заболевший молодой мужчина лежит на диване и жалуется: «Не могу дотянуться до пульта». Жена думает «Большой ребенок!». Вискс Актив Симптомакс облегчает 5 симптомов простуды за одно применение. Не говоря уже о жалобах и капризах. Лекарственное средство со смягчающим свойством лимонного чая. Vicks. Вдохни жизнь.

Анализ рекламных текстов позволил увидеть, что большинство роликов построены на бытовой модели: предлагается конкретная проблемная ситуация («заложен нос»; «расклеились?»); ребенок закашлялся во время игры и др.) и решение проблемы с помощью рекламируемого лекарственного средства. Отметим, что в современной традиционной семье практически не используют традиционные домашние средства, типа ингаляций, чая с малиной. Правда, в одной из реклам Афлубина мужчина пытается нюхать чеснок, однако он помогает, только если одновременно принимается рекламируемое средство.

Анализ смысловых единиц рекламных сообщений лекарственных средств позволил выделить следующие группы:

1. Лекарственное средство как инновационный продукт европейского качества. Эффективность («Нос очистит без труда из Атлантики вода. Квикс», «Амбробене — средство из Германии»; «Немецкое лекарство Амбробене очищает легкие и бронхи от мокроты и избавляет от кашля. Амбробене. Победите кашель!»); «Оциллококцидум. Так просто быть здоровым! Буарон»;

«Гербион. Оптимальное решение для взрослых и детей. Рекомендовано ассоциацией семейных врачей России»).

2. Заслуженное доверие к препарату («Все доверяют маме, а мама при насморке доверяет Називину. Мамы знают, чему доверяют», «ДЛЯНОС. Дышите уверенно»).

3. Общественный характер проблемы («Простуда по-настоящему опасна. Кагоцел, противовирусный препарат», «Дети так любят все повторять. Стоит заболеть одному, заболевают и все. Анаферон детский. Пусть дети растут без гриппа и простуд»).

4. Поддержание привычного ритма жизни («Я парфюмер ... Дышать, чтобы чувствовать», «Не болейте, где придется. Лечитесь правильно. АнтиГриппин»).

5. Натуральность продукта. Сила природы (Санорин. Сила эвкалипта против насморка», «Бронхikum, когда природа побеждает кашель»; «Виброцил. Бережная забота о дыхании» Сиропы от кашля Гербион на основе лекарственных трав. Выпускаются двух видов: для лечения сухого и влажного кашля.).

В соответствии с современными нормами женщина показана не только хранительницей очага, но и как деловая, успешная, привлекательная, решительная бизнес-леди (Виброцил. «Дышать, чтобы чувствовать», Vicks sinex «Вдохни жизнь», Гексорал).

Отметим ролики, которые вызвали у нас несогласие с выбранными персонажами. Так, в рекламе марки «Гербион» предлагает аргумент: «Оптимальное решение для взрослых и детей. Рекомендовано ассоциацией семейных врачей России», однако в ролике показан то ли один мужчина в разных ситуациях, то ли братья-двойники. Или: в ролике немецкого лекарства «Амбробене» подчеркивается: «Для всей семьи», хотя участниками ролика являются мама с ребенком, папа никак не заявлен (ни обручального кольца на пальце у женщины, ни фото, ни каких-либо мужских атрибутов).

Реклама лекарственных средств опирается на следующие ценности: здоровье, семья, забота/любовь, безопасность; эффективность, экономия

времени; индивидуальность. В проанализированных роликах ценность здоровья выше, чем ценность семьи.

Поскольку реклама поддерживает те модели семейной жизни, которые существуют в сознании целевой аудитории, то в настоящее время сохраняется ценность традиционной семьи с признаками маскулинности и феминности, наличием одного ребенка как продолжения рода. Однако, семья, на наш взгляд, в рекламных роликах изображается сильно идеализированной. Семья изображается всегда счастливой, с любящими супругами-родителями, радостными, послушными детьми, окруженными заботой и вниманием.

Согласимся, что «утверждая ценности, разделяемые всеми членами общества, социальная информация, в частности реклама, способствует сохранению стабильности общества, а участвуя в формировании новых ценностей, задает некие новые ориентиры в движении социума, содействует его трансформации» [2, с. 36].

Таким образом, типичной пока остается традиционная семья «мама, папа, ребенок/ дети». Положительно, что количественно количество роликов с детьми превышает количество роликов бездетной семьи. Возможно, в условиях изменения института семьи (гражданский брак, регистрация однополых браков, сознательный отказ от детей, неполные семьи) рекламодатели через несколько идеализируемый образ помогают сохранять традиционную модель. Возможно, рекламодателям стоит уточнить реальное восприятие, чтобы рекламная модель воспринималась не столь оторванной от жизни. Возможно, рекламу можно использовать и другим социальным институтам для сохранения института семьи.

Список литературы:

1. Гидденс Э. Социология; пер. А. Берков, И. Ольшевский, И. Ульянова, А. Хлопин. М.: Едиториал УРСС, 2005. — 632 с.
2. Савельева О.О. Социология рекламы. М.: Прометей, МПГУ, 2004. — 296 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.osavelieva.ru/publications> (дата обращения 05.03.2014).
3. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности. М.: Оникс, 2007. — 139 с.

КОРПОРАТИВНОЕ ИЗДАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МЕБЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ

Хисматуллина Эльза Мидхатовна

*студент 5 курса, кафедры филологии и массовых коммуникаций, НВГУ,
РФ, г. Нижневартковск
E-mail: hismatullina.elza@gmail.com*

Патрахина Татьяна Николаевна

*научный руководитель, канд. филос. наук, доцент НВГУ,
РФ, г. Нижневартковск*

От грамотно выстроенной работы по формированию корпоративного имиджа зависит успешность и конкурентоспособность компании. Создание благоприятного имиджа — это четко спланированная работа специалиста по связям с общественностью с помощью целого арсенала инструментов: распространения символов идентификации; организации специальных мероприятий (акций, конференций, семинаров, лекций, выступлений руководства, экспертов, участия в отраслевых мероприятиях и др.); взаимодействия со средствами массовой информации (СМИ); осуществления непосредственных коммуникаций с общественностью; формирования корпоративной культуры; осуществления деятельности в русле социальной ответственности бизнеса [4].

Немаловажную роль среди этих инструментов занимает корпоративное издание. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», трактует определение понятия СМИ следующим образом «периодические печатные издания, радиопрограммы и телепрограммы, Интернет-сайты, Интернет-порталы или любая другая форма распространения информации, нацеленная на интересы той или иной корпорации и созданная для людей, имеющих определенное отношение к данной корпорации [3, с. 5]».

Большинство российских исследователей изучающих журналистику называют корпоративные издания частью системы СМИ — подвидом специализированных деловых изданий.

«Деловая пресса — вид прессы, обеспечение бизнес коммуникаций, для которой является основной функцией». Д.А. Мурзин автор данного определения отмечает, что корпоративная пресса отличается от СМИ полной зависимостью от интересов компании, представляющих её, что позволяет ему выделить ее как отдельный инструмент деловой прессы [4].

Интересен подход к данной дефиниции понятия И.М. Синяевой, которая считает, что «корпоративное издание — информационный ресурс, сообщающий о целях и задачах, успехах и новостях, продуктах и об услугах компании, публикующихся на средства конкретной компании и чаще всего содержащий информацию и о других субъектах деловой сферы [2, с. 87]». По ее мнению, корпоративные издания предназначены в первую очередь сотрудникам компании, клиентам, а также акционерам и инвесторам.

Как считает Д.Г. Баркадзе, корпоративное издание решает проблемы коммуникации с внутренними и внешними целевыми аудиториями, способствуя формированию и укреплению корпоративной культуры; разъясняет миссию, стратегию и цели компании; способствует распространению основных сведений о характере деятельности компании, ее руководстве, продуктах и услугах; позволяет повысить эффективность коммуникаций между удаленными подразделениями и филиалами компании и головным предприятием; установить каналы обратной связи для сотрудников компании и ее руководителей; увеличить прибыль и развивать партнерские отношения; сформировать и поддерживать имидж организации среди ее сотрудников, партнеров и клиентов [1, с. 68].

Тема корпоративного издания нашла отражения в работах отечественных исследователей и практиков, которые рассматривали корпоративное издание, как инструмент внутреннего PR, а также тех, которые в целом анализируют корпоративное издание как инструмент для формирования общественного мнения внешних целевых аудиторий.

За последнее время было опубликовано несколько изданий, содержащих информацию о корпоративных СМИ, что позволяет отметить

пробуждающийся интерес исследователей к данной теме, в которых освещаются аспекты формирования и разработанности корпоративной периодики. Однако при всей значимости данных работ, необходимо отметить, остаточные знания, не совмещенные в общий научный труд, сочетающий в себе все аспекты формирования и реализации корпоративной прессы. Что показывает не системность в подходе к изучению данного вопроса. Некоторые аспекты остаются в данных работах либо спорными, либо неопределенными.

Общие вопросы, связанные с целями, функциями и задачами PR и журналистики, в соотнесении с целями, функциями и задачами корпоративной прессы нашли свое отражение в работах Д.Г. Баркадзе, П. Бурдые, Е.Л. Вартановой, И.М. Синяевой Л.П. Громовой, С.М. Гуревича, В.Л. Иваницкого, М.Н. Кима, Б.Н. Киршина, М.М. Ковалевой, С.Г. Корконосенко, Б.Н. Лозовского, Г.С. Мельник, В.Ф. Олешко, Е.П. Прохорова, Д.Л. Стровского, И.Д. Фомичевой.

Попытки системного исследования феномена представлены сегодня в работах уральского исследователя Ю.В. Чемякина «Корпоративные СМИ: секреты эффективности», А.Ю. Горчева «Корпоративная журналистика», Д.А. Мурзина «Феномен корпоративной прессы». В 2011 году компанией «МедиаЛайн», лидером корпоративной прессы в России, был выпущен учебник «Корпоративная пресса. Руководство к действию». На сегодняшний день это наиболее актуальный информационный ресурс, концентрирующий основные аспекты функционирования корпоративной прессы в нашей стране.

В настоящее время существует типология корпоративных изданий, относительно направленности на целевую аудиторию. Основным критерием классификации является тип аудитории, которой адресовано издание. В соответствии с ним существующие корпоративные издания принято разделять на внутренние и внешние. Внутренние корпоративные издания (Business-to-Personnel, B2P) отображают официальную позицию компании и предназначены главным образом для ее сотрудников и членов их семей. Основной задачей внутренних изданий является формирование корпоративной

культуры и укрепление внутренних коммуникаций. В зависимости от целевой аудитории внутренние издания могут разделяться на:

- издания для рядовых сотрудников (Business-to-personnel, B2P), выступающие в качестве средства консолидации и мобилизации;
- издания для менеджеров среднего звена, являющиеся способом реализации корпоративной стратегии;
- издания для топ-менеджеров, служащие инструментом выработки бизнес-решений [1, с. 67].

Внешние издания адресованы клиентам и партнерам компании. Цель таких изданий — улучшение имиджа компании в глазах потребителей и контрагентов. Внешние издания, в свою очередь, можно разделить на:

- деловую периодику (Business-to-Business, B2B) — издания, предназначенные для бизнес-партнеров компании, и имеющие целью формирование имиджа компании в деловой среде, укрепление ее бизнес-контактов;
- издания для потребителей товаров и услуг, предлагаемых компанией или организацией (Business-to-Customer, B2C). Целью таких изданий является повышение лояльности клиентов к бренду и как следствие, увеличение объемов продаж;
- разовые издания, имеющие целью краткое ознакомление аудитории с деятельностью компании, ассортиментом ее продукции, спектром предоставляемых услуг т. д. (Event-издания) — как правило, их выпуск связан с участием компании в выставках, конференциях, семинарах;
- корпоративные отчеты, призванные обеспечить информационную открытость компании и ее инвестиционную привлекательность;
- ориентированные на профессионалов PR деятельности (Business-to-professional, B2Pr) [1, с. 68].

Рассмотрим специфику корпоративного издания мебельной компании «Кухонька» г. Нижневартовск на предмет расширения потенциальных

возможностей и активизации взаимодействия с различными целевыми аудиториями посредством корпоративного издания.

Компания «Кухонька» с 2002 года работает в городе Нижневартовске и Нижневартовском районе, осуществляя продажу и установку кухонных гарнитуров. На протяжении 11 лет мебельная компания активно развивается, занимая призовые места в конкурсах (межрегиональный конкурс «Лучшие товары и услуги Урала — ГЕММА-2012» по Ханты-Мансийскому автономному округу — Югре, международный конкурс предпринимателей «Евразия», городской конкурс «Предприниматель года»).

Корпоративный узкоспециализирован журнал — «Ваша Кухонька» выпускается в течение 2 лет, периодичность журнала 1 раз в квартал при тираже в 10 000 экземпляров. Журнал распространяется в течение 3 месяцев до момента публикации следующего выпуска. Издание ориентировано на такие целевые группы, как потребители (Business-to-Customer, B2C), в качестве (Event-издания) для посетителей выставок и других PR-мероприятий и частично (Business-to-Business, B2B), предназначенное для бизнес-партнеров компании. Следует отметить, что немалая часть получателей журнала — «старые» покупатели магазина «Кухонька» (около 40 %).

Проведя анализ журнала и каналов распространения, в качестве направлений совершенствования корпоративного издания можно рассмотреть следующие варианты:

1. Изменение структуры информационного наполнения журнала, что позволит расширить диапазон целевых аудиторий, а именно создать новую рубрику для корпоративных новостей, ориентированных на внутреннюю целевую аудиторию: сотрудников, руководителей, семей сотрудников, это позволит отмечать успехи сотрудников и знакомить с состоянием дел в компании. Данный шаг в свою очередь приведет к формированию нового отношения у персонала к корпоративному изданию и появлению дополнительного эффективного инструмента мотивации коллектива.

2. Расширение тематического содержания информационных сообщений, с учетом интересов стейкхолдеров компании. Информирование общественности о достижениях компании, о темпе развития, планах, что привлечет внимание инвесторов и партнеров к сотрудничеству. Представление информации о социально-ответственной активности компании для структур власти, тем самым компания зарекомендует себя как стабильную компанию.

3. Поиск новых каналов распространения: журналы и дальше могут распространяться в традиционном порядке. Однако также необходимо рассмотреть возможность внедрения партнерских программ, которые позволят расширить охват потенциальной аудитории.

4. Переоценка возможностей «старых» покупателей и поиск потенциально новых. На наш взгляд, гораздо важнее уделить внимание новоселам и молодоженам, которые более заинтересованы в приобретении нового кухонного гарнитура, нежели покупатели, совершившие недавно данную покупку.

Таким образом, можно констатировать, что журнал «Ваша Кухонька» на сегодняшний день не в полной мере реализует имеющиеся возможности охвата всех целевых аудиторий, структура и наполнение журнала имеет поля расширения. Например, стоит обратить внимание, что те, кто уже совершили покупку кухонного гарнитура, вряд ли в ближайшее время совершат повторную покупку, так как кухонный гарнитур является предметом мебели, который приобретается основательно и единожды на продолжительный период времени, в среднем от 7—15 лет, в зависимости от обстоятельств и финансового благополучия покупателей.

Корпоративное издание мебельной компании «Кухонька» имеет потенциал развития, успешное использование которого будет способствовать формированию благоприятного имиджа компании на рынке.

Список литературы:

1. Баркадзе Д.Г. Корпоративное издание как инструмент PR-деятельности компании / Административное и муниципальное право. 2011. № 7.
2. Синяева И.М. Паблик рилейшенз: Толковый словарь. М.: Дашков и К, 2011. — 200 с.
3. Чемякин Ю.В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург. Дискурс-Пи, 2006. — 120 с.
4. PR-технологии формирования имиджа: Ingate — одна из крупнейших, авторитетных и инновационных компаний на российском рынке Интернет-маркетинга [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://smm.ingate.ru/smm-wiki/tehnologii-pr-v-formirovanii-imidzha> (дата обращения 12.03.14).

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА

РОССИЯ И ВСЕМИРНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ЧЛЕНСТВА, ИСТОРИЯ ПРОЦЕССА ПРИСОЕДИНЕНИЯ И ЕГО СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП. ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ПО ЗАЩИТЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА БИЗНЕСА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПРИСОЕДИНЕНИЯ К ВТО

Акинпелу Акинтокунбо Майкл

*студент 5 курса, кафедры бухгалтерский учет, аудит и статистика
Российский университет дружбы народов,
РФ, г. Москва
mikky_flakes@yahoo.com*

Голубева Наталья Андреевна

*старший преподаватель, Российский Университет Дружбы Народов,
РФ, г. Москва*

Сегодня экономика России все более вовлекается в глобальную экономику, в общемировые экономические процессы. В Россию «приходит» иностранный капитал, иностранный капитал, Россия обнаруживается «втянутой» в глобальные экономические процессы.

Вступление РФ во Всемирную торговую организацию — есть процесс неоднозначный, сложный, противоречивый в своей сути; однако, Россия уже более года является членом этой уважаемой и влиятельной международной организации, что позволяет уже сегодня сформулировать некоторые оценки и выводы.

Это событие — вступление РФ в ВТО — можно назвать своеобразной «эпопеей»: с середины 1990-х годов (фактически с момента основания современной ВТО в 1995 году!) наша страна «стремилась оказаться в числе избранных» и стать членом этой международной экономической организации...

Сколько споров было: вступление в ВТО для России экономически нецелесообразно — говорили одни ученые-экономисты и в подтверждение своей точки зрения они приводили «просчитанные цифры», согласно которым «максимальная теоретически возможная выгода отечественных предприятий от присоединения России к ВТО равна 23 млрд. долларов в год», при этом, как пишут авторы статьи, «можно прикинуть», что Россия «отдаст часть своего рынка, эквивалентную примерно 90 млрд. долларов в год» [5, 19].

Другая — не менее уважаемая — часть отечественной ученой «экономической элиты» вступала в дискуссию: ВТО для России это не только экономика, но и политика, это «безграничные перспективы» уже в недалеком будущем, и «оправданно сегодня потерять толику, чтобы завтра выиграть существенно больше»... В любом случае данные споры — о целесообразности и экономической обоснованности вступления РФ в ВТО — остались в прошлом: политическая воля плюс проведенная экономическая «обосновательная» работа сегодня породили «новую экономическую реальность» (сразу скажу: с моей точки зрения, все «прелести ВТО» российская экономика еще не испытала в полной мере!): Россия член ВТО, со всеми «плюсами» и «минусами» этого факта для отечественного экономического сектора в самом широком его понимании. Позитивные и негативные аспекты вступления России в ВТО рассмотрим — в рамках данной эссеистической работы — постулативно, с некоторым комментарием. Следую логике рассматриваемой проблематики обратимся — и рассмотрим сначала — позитивные аспекты «России в составе ВТО».

- Российская Федерация обнаруживается как все более активный (полноценный? во многом определяющий?) член всей мировой экономики, всего мирового хозяйства, прежде всего в разрезе «торговой» его составляющей. Членство в ВТО сделает возможной для России не только «игру» по уже сформулированным правилам международной торговли!.. Россия непосредственным образом сможет участвовать в выработке этих правил, отстаивать собственную «экономическую и торговую позицию»;

фактически Россия-член ВТО обретает качественно иной вес и значение в разрезе принципов, механизмов и масштабов всей мировой торговли.

- Рынок России-члена ВТО — это рынок открытый: открытие отечественного рынка для иностранных производителей станет дополнительным стимулом конкурентной борьбы, неизбежным следствием которой — для отечественного потребителя — станет снижение цен большинство товаров и услуг, повышение качества, более широкий их выбор. При этом отмечу, что из-за уменьшения пошлин на ввозимые товары, вероятно, можно ожидать некоторого снижения цен на заграничную продукцию.

- «Открываясь миру, Россия открывает для себя мир»: отечественные экспортеры обретают принципиально иные возможности: мировые рынки сбыта, «доступ и вхождение» на которые прежде были существенно затруднены. Российским предприятиям экспортерам — главным образом это касается экспортеров металла и минеральных удобрений — станет проще продавать свои товары за рубежом, что имеет исключительно важные позитивные последствия на более «высоком» уровне — уровне национальной экономики.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод: плюсы от членства в ВТО для российской экономики достижимы не только на уровне «национальной экономики», но и для существенного количества отечественных потребителей.

Каковы же негативные аспекты вступления России в ВТО? Обратимся к ним, рассмотрев аналогичным образом.

- Как известно, отечественная производственная инфраструктура характеризуется существенной степенью морального и физического износа. В контексте рассматриваемой проблематики это может (и, вероятно, неминуемо будет!) иметь следующие последствия: отечественные производители, характеризуемые неудовлетворительной технической базой, комплексом устаревших технологий (и, как следствие, большими издержками!) могут не выдержать увеличения конкуренции и будут вынуждены покинуть рынок. На

уровне национальной экономики это означает снижение занятости, рост безработицы, падение налоговых поступлений в бюджет.

- Открытость — не только «плюс»: членство России в ВТО уже в самой ближайшей перспективе может привести к фактически «потере» некоторых отраслей экономики; так из-за международной конкуренции может, к примеру, существенно снизиться выпуск самолетов гражданской авиации, а некоторые сельхозпроизводители — не выдержав конкуренции — могут быть вынуждены попросту закрыть собственное дело.

Самый главный, с моей точки зрения минус членства России в ВТО, заключается в следующем: отечественная экономика содержит некоторые отрасли, которые до сих пор существуют в «тепличных условиях», в некотором «щадящем, дотационном режиме». В процессе их участия в открытой торговле они могут не выдержать требований конкуренции, что приведет не только к экономическим потерям, но и к ряду социальных проблем (в частности, увольнение огромного количества работников).

Каковы же основные инструменты макроэкономической политики по защите малого и среднего предпринимательства бизнеса в России в условиях присоединения к ВТО.

Государственная поддержка малого бизнеса реализуется де-факто во всех экономиках мира: и развитые, и развивающиеся страны — везде малый бизнес поддерживается — формы этой поддержки разные, однако сама эта поддержка представляется фактом неизменным. Почему?

Именно малый и средний бизнес обнаруживается как основа всего социально-экономического процесса: именно малый и средний бизнес есть основа формирования существенной доли доходной части государственных бюджетов, именно предпринимательская инициатива выступает базисом экономической активности.

Формы государственной поддержки малого бизнеса в контексте экономической динамики, инспирированной членством РФ в ВТО: каковы они?

С позиций чисто теоретических дифференцируют следующие формы поддержки предпринимательства:

Во-первых, финансовая: оказание некоторой комплексной поддержки на стадии формирования и становления субъектов малого бизнеса, оказание им разовой, «целевой» помощи в ситуациях критического характера.

Во-вторых, юридическая: формирование оптимального нормативного законодательного базиса, выступающего основой ежедневной «практики» малого бизнеса.

В-третьих, льготная: носит экономический характер, когда в некоторых ситуациях субъектам малого бизнеса оказывается опосредованная поддержка в форме предоставления определенного круга разнообразных льгот, которые в совокупности своей обнаруживаются важным аспектом поддержки малого бизнеса.

В-четвертых, кредитная: субъекта малого бизнеса достаточно часто нуждаются в поддержании оптимального уровня ликвидности, который может «пошатнуться» в тот или иной промежуток времени.

В качестве нормативного законодательного базиса в данном сегменте обнаруживается Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ.

Рассмотрим его, определив тезисно наиболее важные его аспекты.

- Собственно поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства — согласно статье 3 названного нормативного акта — определяется как «деятельность органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и функционирование инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, направленные на реализацию мероприятий, предусмотренных федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства

и муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства».

- Дифференцируют три обособленных уровня программ поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства:

- Наиболее «крупный» уровень — уровень федеральный, который представлен федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

- Второй уровень — региональный: совокупность региональных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, которые составлены кругом нормативно-правовых актов органов государственной власти субъектов Российской Федерации, в рамках которых обозначаются перечни мероприятий, направленных на достижение целей государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства,

- Третий уровень — круг муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, образованных соответственно нормативных правовых актов органов местного самоуправления, где очерчен перечень мероприятий, направленных на достижение целей в области развития малого и среднего предпринимательства, в том числе отдельных категорий субъектов малого и среднего предпринимательства, и осуществляемых в муниципальных образованиях.

Имеет место определенный перечень направлений государственной поддержки субъектов малого бизнеса в Российской Федерации:

- Субсидирование некоторой части процентных выплат по банковским кредитам.

- Субсидирование определенной части лизинговых платежей.

- Субсидирование части расходов по обновлению (модернизации) основных средств.

Кроме названных в той или иной степени на практике реализуются такие формы финансовой поддержки, осуществляемой из региональных бюджетов.

Примером может быть названо бюджетное кредитование юридических лиц, реализуемое, главным образом посредством предоставления гарантий по кредитам, выданным кредитными организациями, а также микрокредитования бизнеса.

Почему подобные механизмы обнаруживают свою важность в контексте отношений «Россия-ВТО»?

Следует понимать, что снижение таможенных пошлин на ввозимый товар из-за рубежа продуцирует снижение поступлений в государственную казну, повышение конкуренции, главным образом в ценовом разрезе.

Во-вторых, актуализируется следующий аспект: обратная сторона снижения тарифов на ввозимую продукцию: перераспределение «возникшей разницы» может быть ограничено исключительно внутри цепочки оптовика и торговые сетей; как следствие, конечный потребитель может вовсе не почувствовать выгод от снижения тарифов.

Таким образом, очевидным становится некоторый «общий аспект»: поддержка субъектов малого бизнеса организована структурно, иерархически, по уровням; непременно определяется объем финансирования и его источники, определение целевых показателей, результативности деятельности органов власти всех уровней, которые собственно ответственным за реализацию круга конкретных мероприятий, что особенно актуально сегодня, когда Россия и ВТО только начали сотрудничество, которое — с моей точки зрения, этот факт не вызывает сомнения — перерастет с течением времени в стратегическое партнерство.

Список литературы:

1. Ждановская А. Что такое ВТО? В чьих интересах в ВТО принимаются решения? Чем опасна ВТО? «Левая политика», — 2012, — № 9, — С. 38—55.
2. Мировая экономика. Учебник. Под ред. д.э.н., проф. А.С. Булатова. М., Юрист, 2005.
3. Пузакова Е.Н. Учебное пособие. Ростов на Дону, 2002.
4. Рубченко Максим, Кокшаров Александр. Задержались на пороге // Эксперт. — 2006. — № 41. — С. 17—22.

5. Спиридонов А.И. Мировая экономика. Учебное пособие. ИНФРА-М. М., 2005.
6. Фаляхов Р. В ВТО без Америки Газета.ру 16.12.12.
7. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ.
8. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.customs.ru>.
Режим доступа: 18.03.2014.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА

Бора-Тараа Херел Монгун-оолович

*студент 3 курса бухгалтерского отделения
ГБПОУ РТ «Тувинский сельскохозяйственный техникум»,
РФ, Республики Тыва, г. Кызыл*

Жолдошева Асель Раимбердыевна

*научный руководитель, преподаватель экономических дисциплин
ГБПОУ РТ «Тувинский сельскохозяйственный техникум»,
РФ, Республики Тыва, г. Кызыл*

Сегодня именно малое предпринимательство оказывает огромное влияние на общее состояние экономики, в том числе обеспечивает насыщение рынка товарами и услугами, рост занятости, налоговые поступления в бюджет, является гарантом политической стабильности и демократического развития общества [2, с. 7]. Развитие малого предпринимательства в Республике Тыва является одним из стратегических направлений работы Правительства региона.

Потребительский рынок Республики Тыва является одной из важнейших сфер жизнеобеспечения населения республики. Согласование спроса и предложения товаров и услуг на рынке потребительских товаров, обеспечивают формирование, как денежных доходов населения, так и объемов реализации товаров, закладывая основы финансовой стабильности в экономической жизни республики. Со времени перехода к рыночным отношениям потребительский рынок в республике неоднократно видоизменялся. Увеличилась сеть предприятий торговли, общественного питания, например в г. Кызыле с конца 1999 года по 2012 год было построено 5 торговых центров, таких как торговый дом (далее ТД) «Гаруда», ТД «Меридиан», ТД «Гермес», ТД «ТВЦ», ТД «5 звезд», а также 7 ресторанов и более 10 кафе и столовых. Увеличилась предпринимательская и инвестиционная активность. В торговле, как ни в одной другой хозяйствующей отрасли, сформировалась богатая конкурентная среда. В настоящее время торговля является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей. Малый бизнес в торговле развивается

активнее, чем иные отрасли экономики. Торговля в республике — лидер в сфере малого бизнеса и налоговых поступлений в местный бюджет. Макроэкономические показатели, характеризующие развитие потребительского рынка Республики Тыва за период с 2011 г. по 2012 г., говорят о преобладании позитивных тенденций развития торговли в республике. Так, оборот розничной торговли в 2012 году составил 15,2 млрд. рублей, что на 10,4 % больше, уровня 2011 года. Торговля дает до 13,1 % ВРП республики, в ней занято 12 % трудоспособного населения [1].

По результатам 2012 года торговля стала вторым по показателю изменения численности занятых по отдельным видам экономической деятельности, первое место — обрабатывающие производства — 117 % к уровню 2011 г., торговля — 114,6 % к уровню 2011 г. [1].

В 2012 г. поступление по налогам и сборам в консолидированный бюджет республики с торговой отрасли составило 205,3 млн. руб., что составляет 119 % к уровню 2011 года. Доля поступлений по налогам и сборам отрасли торговли от общего объема поступлений в консолидированный бюджет Республики Тыва составляет 5 % [1].

Потребительский рынок это крупный сектор хозяйства. В настоящее время в республике функционирует 5303 хозяйствующих субъекта розничной торговли (или 44 % от всех субъектов малого и среднего предпринимательства республики), из них 4884 индивидуальных предпринимателя, 419 организаций.

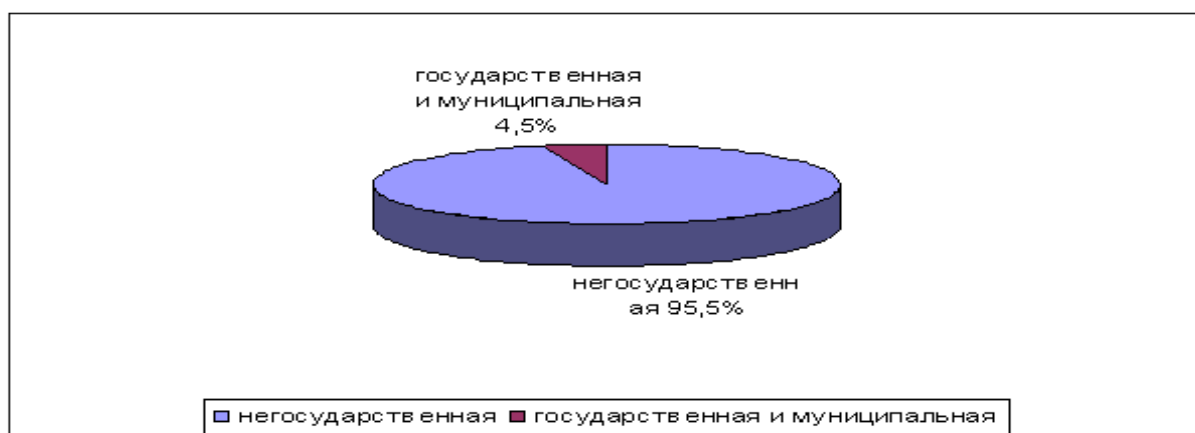


Рисунок 1. Оборот розничной торговли по формам собственности

В структуре оборота розничной торговли (рис. 2) сохраняется наметившаяся с 2009 года тенденция снижения удельного веса продажи товаров на розничных рынках. Доля рынков в обороте розничной торговли сократилась с 20 % в 2009 году до 15,5 % в 2012 году, торгующие организации и индивидуальные предприниматели формировали соответственно 80 % и 84,5 % всего объема продаж [1].

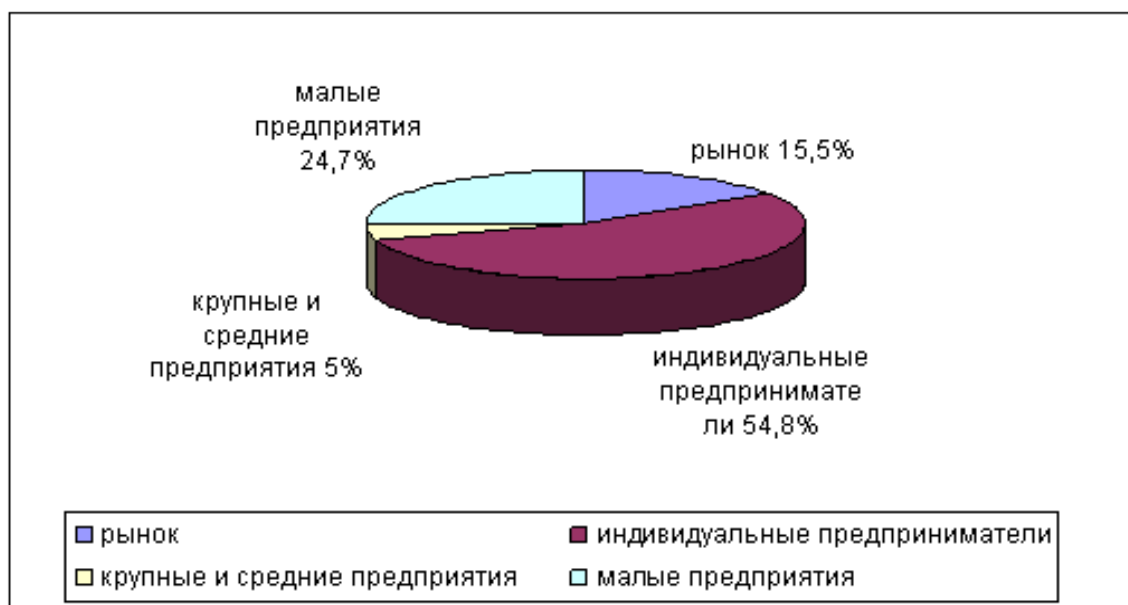


Рисунок. 2. Структура оборота розничной торговли в разрезе каналов реализации

По состоянию на 1 октября 2012 г. в Республике Тыва осуществляет деятельность 11878 субъектов предпринимательства, в том числе 140 малых, 1315 микропредприятий, 20 средних и 10403 индивидуальных предпринимателя.

Количество вновь зарегистрированных за 2012 год субъектов предпринимательства, по данным налоговых органов, составило 2530 ед., что выше уровня 2011 года на 201 ед. или 8,6 %. Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) субъектов малого сектора предпринимательства (МСП) в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций

за 9 месяцев 2012 года составила 11 %, а фактическое значение данного показателя за аналогичный период 2011 года — 11,9 % [1].

В Туве особое место занимает развитие малого бизнеса в сфере туризма, так как эта отрасль способна создать мультипликативный эффект в развитии республиканской индустрии гостеприимства, а в отдельных районах республики, стать основой планов социально-экономического развития. Для развития туризма регион богат историко-культурным наследием и сохранившейся этнической культурой, неотъемлемой частью которых являются традиционное жилище тувинцев-кочевников — юрта, национальная кухня, народные промыслы и ремесла, национальные виды искусства, в частности горловое пение хоомей, национальные виды спорта — борьба хуреш, конные скачки, а также уникальное сочетание традиций шаманизма и буддизма.

Доля продукции, произведенной субъектами МСП, в общем объеме валового регионального продукта за 2012 год по расчетным данным Министерства экономики Республики Тыва составила 8,4 процента [2].

В структуре собственных доходов республиканского бюджета доходы от предпринимательской деятельности составляют порядка 8—9 процентов.

За 2012 год налоговые поступления в бюджет от предпринимательской деятельности составили 251354 тыс. рублей, что составляет 113,7 % к уровню прошлого года [2].

Таблица 1.

Поступления в бюджет от предпринимательской деятельности

Налоги на совокупный доход (тыс. рублей)	2011 г.	2012 г.	% к итогу
УСН	102996	124504	120,8
УСН на основе патента	6030	5431	90
ЕНВД	110970	119525	107,7
ЕСХН	1045	1894	181,2
Всего:	221041	251354	113,7

За 9 месяцев 2012 г. среднемесячная заработная плата работников малых предприятий составила 12675,9 рублей, что составляет 101,3 % к уровню аналогичного периода 2011 года. Уровень среднемесячной заработной платы работников малых предприятий имеет устойчивую положительную динамику за 2010—2011 гг., прирост которой составил 1,3 % (12856,1 руб. к 12692 руб.). Однако наблюдается снижение среднемесячной заработной платы работников малых предприятий в отношении к среднереспубликанскому уровню заработной платы в связи с повышением последнего. Если в октябре 2011 года данный показатель составил 70,5 %, то за 9 месяцев 2012 года наблюдается уменьшение до 58,1 % [1].

В отраслевой структуре малых предприятий Республики Тыва по количественному составу преобладают предприятия, занимающиеся операциями с недвижимым имуществом, — 40 ед. (по состоянию на октябрь 2012 г.). Вторыми по количеству являются предприятия оптовой и розничной торговли — 30 ед. Наименьшее число малых предприятий в сфере финансовой деятельности — 1 ед., добыче полезных ископаемых — 1 ед. [1].



Рисунок 3. Количество малых предприятий Республики Тыва в разрезе отраслей экономики

Наряду с динамичным развитием потребительского рынка, в регионе возрастает доля в отраслях реального сектора экономики по добыче полезных ископаемых, топливно-энергетического комплекса и строительства. Уже начата реализация крупномасштабного инфраструктурного проекта России — строительство железнодорожной ветки Курагино — Кызыл. Она соединит месторождения коксующегося угля в Тыве с железнодорожной сетью России и экспортными терминалами Дальнего Востока.

В Республике Тыва реализуются различные целевые программы в той или иной мере реализующие мероприятия по поддержке предпринимательства. Основной программой, по которой реализуются мероприятия по поддержке предпринимательства, является республиканская целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Республике Тыва на 2013—2014 гг.», утвержденная постановлением Правительства Республики Тыва от 12 ноября 2012 года № 621 [2].

Темпы экономического и социального развития республики сегодня показывают, что целенаправленно и планомерно создаются условия для перспективного и эффективного развития региона, роста качества жизни тувинского населения.

Список литературы:

1. Информационные материалы сайта Агентства Республики Тыва по статистике [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.tuvastat.ru>
2. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник / Н.Ю. Круглова. М.: КНОРУС, 2010. — 544 с.
3. Официальный сайт Республики Тыва [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gov.tuva.ru>

АНАЛИЗ ОТТОКА КАПИТАЛА ИЗ РОССИИ. ПРИЧИНЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Глушак Марина Юрьевна

*студент 4 курса, кафедра мировой экономики ДВФУ,
РФ, г. Владивосток
E-mail: teson_m@mail.ru*

Жабыко Людмила Ливерьевна

*научный руководитель, доцент ДВФУ,
РФ, г. Владивосток*

С целью увеличения нормы прибыли разными странами в разных количествах ввозится и вывозится капитал. Для России последние годы характерно превалирование вывоза капитала над ввозом. Предприниматели России, заработав активы, вместо того, чтобы инвестировать их в национальную экономику стимулируют экономику зарубежных стран, вывозя капитал за рубеж. Данная проблема является злободневной и актуальной для России. Трансграничное движение капитала оказывает существенное влияние на экономическое развитие страны, ведь ресурсы для этого развития утекают за границу.

Увеличение оттока капитала из России говорит о несостоятельности государственной экономической политики в области валютного регулирования и регулирования движения капитала. 1 июля 2006 г., в государственном регулировании движения капитала произошли изменения, связанные с либерализацией трансграничных перемещений, — ограничения на вывоз капитала в Россию были полностью отменены. Целью данного изменения было привлечение иностранных инвестиций, снижение ставок заимствования и уменьшение теневого оттока капитала. Однако, увеличение прямых инвестиций в российскую экономику сопровождалось ростом неустойчивых портфельных и прочих инвестиций, на которые приходилось 2/3 всего поступающего капитала.

В итоге, ввоз капитала в Россию до кризиса 2008 года возрастал, но уже с середины 2008 года вывоз капитала превзошёл ввоз.

Данные по чистому ввозу и вывозу капитала частным сектором в Россию представлены в таблице 1 [4].

Таблица 1.

**Чистый ввоз/вывоз капитала частным сектором с 2005 года
по III квартал 2013 года, млн. долларов США**

Год	Чистый ввоз/вывоз капитала частным сектором — всего	Чистый ввоз/вывоз капитала банками	Чистый ввоз/вывоз капитала прочими секторами
2005	-0,3	5,9	-6,2
2006	43,7	27,5	16,1
2007	87,8	45,8	42
2008	-133,6	-55,2	-78,3
2009	-57,5	-32,2	-25,3
2010	-30,8	15,9	-46,7
2011	-81,4	-23,9	-57,4
2012	-54,6	18,5	-73,1
I—III кв. 2013	-46,1	-10,9	-35,2

По данным таблицы видно, что положительный баланс движения капитала России наблюдается только в 2006 и 2007 гг. Причиной данного факта является либерализация валютного регулирования, о которой говорилось ранее. Однако, уже в 2008 г., а рубеж было вывезено более 130 млрд. долл. Такой скачок вполне объясним мировым финансовым кризисом. В 2009 и 2010 году темпы оттока капитала начинают снижаться, но 2011 и 2012 года сбивают наметившуюся положительную динамику. Связано это с ключевыми рубежными политическими событиями, происходившими в то время. Политическая нестабильность вызывает недоверие капиталовладельцев и ведет к увеличению оттока капитала из страны. В 2011 и 2012 году происходили президентские и парламентские выборы, что и явилось причиной такого скачка. Если рассмотреть ввоз и вывоз капитала из России в эти года поквартально, то можно увидеть, что именно в IV квартале 2011 года, когда проходили парламентские выборы, и в I квартале 2012 года — время президентских выборов, наблюдается особый всплеск оттока капитала (рис. 2) [4].

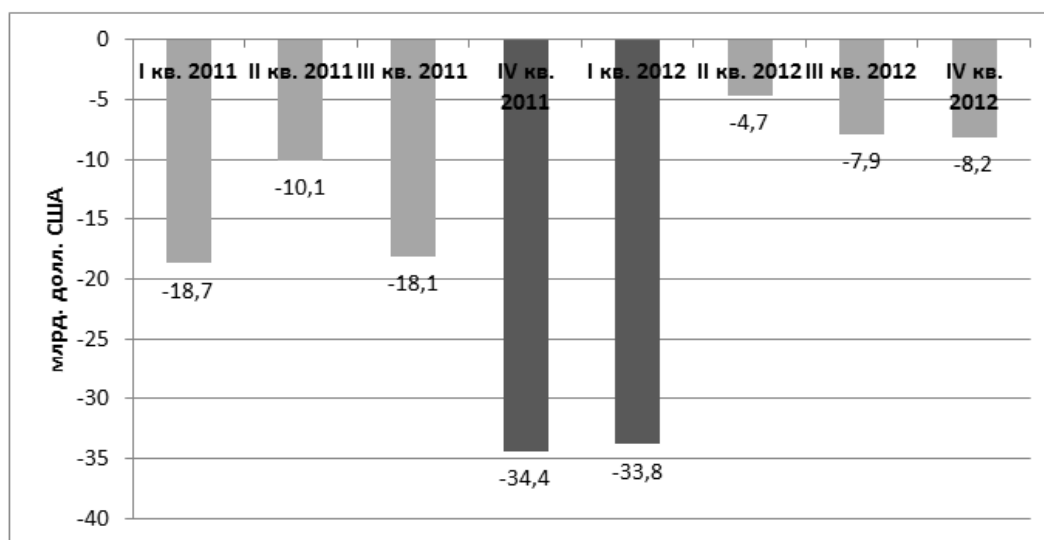


Диаграмма 1. Чистый ввоз/вывоз капитала из России в 2011 и 2012 гг. по кварталам, млрд. долл. США

Подобные всплески наблюдались в 1996 г. — избрание Б.Н. Ельцина на второй срок, во время дефолта 1998 года и в 2000 г. — уход Б.Н. Ельцина и приход В.В. Путина. Всего за последние 5,5 года отток капитала из России составил более 350 млрд. долл. США. Это сопоставимо с размером годового федерального бюджета.

Россия имеет достаточно не благоприятный инвестиционный климат. Собственники предприятий, а также иностранные инвесторы не находят в России интересных и стоящих инвестиционных проектов.

Не стоит забывать и о теневом секторе экономике, который играет важную роль в объеме оттока капитала из России. Из-за пробелов в законодательстве и несовершенства российской банковской системы, нелегальный вывоз капитала из России растёт. По данным исследования американской исследовательской организации Global Financial Integrity (GFI) объем капитала, вывезенного из России нелегально, составил 211,5 млрд. долл. США за период с 1994 по 2011 год. Миллиарды долларов из-за теневого оттока уходят из России за рубеж, которые могли бы быть потрачены на здравоохранение, образование и инфраструктуру.

До тех пор, пока объемы теневой экономики в России будут велики, как легальный, так и нелегальный вывоз капитала будут соответствующие. А это в свою очередь ставит под угрозу политическую и экономическую стабильность.

Причины оттока капитала из России, в целом, можно разделить на две группы: объективные и субъективные. Объективные причины обуславливают международную миграцию капитала, а значит и отток капитала из-под российской юрисдикции. К ним относятся: глобализация (транснационализация) экономических процессов; чрезмерная открытость российской экономики; мировой финансовый/экономический кризис. А также, нормативно-регулятивные, государственно-управленческие факторы (коррупция, бюрократизация и т. д.) и неэффективность борьбы со сферой «теневое» капитала и его легализацией.

К субъективным причинам, которые определяются экономическими интересами капиталовладельцев, можно отнести: стремление минимизировать возможные риски для капитала; стремление увеличить размер капиталовложений; максимизация прибыли.

Таким образом, опираясь на данные причины, можно выделить ряд рекомендаций по их устранению:

- *Транснационализация экономических процессов.* Стратегия экономического развития России должна быть ориентирована на поддержку внутреннего рынка, его удовлетворение и развитие. Например, в качестве оперативной меры, можно рассматривать развитие инфраструктуры или масштабное жилищное строительство.

- *Мировой финансовый/экономический кризис.* Необходим анализ антикризисной политики 2008 г., выявление ошибок, обнаружение нецелевого использования направленных на антикризисные меры денежных средств, а также разработка плана антикризисной политики, на основе проведённого анализа, для ближайших лет на случай финансового кризиса.

- *Государственно-управленческий аспект.* Для борьбы с коррупцией необходимо усилить меры контроля доходов и расходов государственных служащих и их родственников; утвердить ст. 20 Конвенции ООН направленную против коррупции, а также позаботиться о создании и развитии уголовно-правовых и уголовно-процессуальных механизмов ее реализации в России.

- *Неэффективность борьбы с «теневым» капиталом и его легализацией.*

Возможно создание органа, занимающегося сбором дел и их расследованием, по нелегальному вывозу капитала; выделить категории граждан России, которым запрещается иметь имущество за границей, например нотариусам или государственным служащим, и усилить контроль над собственностью граждан данных категорий путем заключения соглашений со странами о предоставлении информации об имуществе этих лиц.

- *Стремление минимизировать возможные риски для капитала.* Более открытая информация о деятельности компаний, будет препятствовать созданию длинной цепочки собственников для сокрытия выгодоприобретателя.

Решить проблему оттока капитала возможно и иными методами государственного регулирования. Но в целом, политика управления движения капитала должна быть ориентирована на пересмотр инвестиционной политики государства, на уровень открытости национальной экономики и финансов и степень жесткости ограничений движения капитала.

В целом уровень оттока капитала из России напрямую связан с выбором экономической модели страны. Каков выбор — такова и ситуация с оттоком капитала.

Список литературы:

1. Дмитриенко Н.Г. Нелегальный отток капитала из России превысил 200 млрд. долл. США//Ведомости — электронная газета. 13.02.2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.vedomosti.ru/finance/news/9042171/nelegalnyj_ottok_kapitala_iz_rossii_prevysil_200_mlrd (дата обращения: 13.03.2014).
2. Квашнина Н.А. Россия в трансграничном перемещении капитала: индустриальные аспекты//Российский внешнеэкономический вестник. — 2013. — № 1. — С. 76—86.
3. Отток капитала из России: проблемы и решения: труды центра проблемного анализа и государственного управленческого проектирования. М.: Научный эксперт, 2013. — 112 с.
4. Платежный баланс и внешний долг России. ЦБ РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/bp.pdf (дата обращения 13.03.2014).

ОЛИМПИАДА В СОЧИ: ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ

Грешкова Ксения Александровна

Трошанина Валерия Александровна

студенты 4 курса, кафедра «Финансы и финансовый менеджмент»

ДИТИ НИЯУ МИФИ,

РФ, г. Дмитровград

E-mail: kseniyaagreshkova@yandex.ru

Герасимова Светлана Александровна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансы

и финансовый менеджмент», ДИТИ НИЯУ МИФИ,

РФ, г. Дмитровград

С 7 по 23 февраля 2014 года в Сочи прошли XXII Олимпийские зимние игры, которые по праву считаются не только самыми инновационными, но и самыми дорогостоящими. По подсчётам, на подготовку к проведению Олимпиады было потрачено более \$ 50 млрд., что может оказать негативное влияние на экономику России.

Проведение спортивных мероприятий мирового уровня ввергло в кризисное состояние экономики Греции и Южной Африки. Пессимистические ожидания в российском обществе обусловлены не только негативным опытом других стран, но также возможностью ухудшения ситуации на сырьевых рынках и бюджетным дефицитом. Грозит ли России экономический коллапс? Каковы будут последствия Олимпиады в Сочи для экономики?

По оценкам международного рейтингового агентства Moody's, «Олимпийские игры в Сочи являются «кредитно-нейтральными» для суверенного рейтинга России: в 2014 году макроэкономического скачка ожидать не приходится» [6].

Вследствие роста объема предоставления услуг транспорта, гостиничных и ресторанных услуг положительный эффект уже достигнут. Если верить прогнозам, то в среднесрочной перспективе издержки обслуживания олимпийских объектов возрастут, и вложения в них могут вовсе не окупиться.

Возможно усиление бюджетного давления, несмотря на выгоды от модернизации для инфраструктуры г. Сочи и Краснодарского края.

Олимпиада по-разному повлияет на разные субъекты экономики. Для госкорпораций эффект будет нейтральным, т.к. их бренды уже узнаваемы и не нуждаются в дополнительной рекламе. В секторе розничной торговли во время проведения Олимпиады ожидается кратковременный положительный эффект, связанный с ростом продаж. Телекоммуникационные компании, скорее всего, смогут быстро окупить свои инвестиции за счет покрытия неудовлетворенного спроса в регионе. Энергетические компании незначительно выиграют от модернизации инфраструктуры г. Сочи.

Международные спонсоры выиграют от проведения Олимпийских игр «благодаря полученным эксклюзивным маркетинговым правам. Медиакомпании смогут увеличить объем продаваемой рекламы благодаря растущей популярности просмотров цифровых интерактивных трансляций на компьютерах и смартфонах.

В самой уязвимой ситуации окажется гостиничный сектор. Значительное увеличение номерного фонда на фоне жесткой конкуренции со стороны других курортов создадут неопределенность в отношении долгосрочных перспектив туристической отрасли Сочи» [5].

По мнению помощника вице-президента и аналитика Moody's Сергея Грушина, «...для обеспечения заполняемости большинства гостиниц, построенных в рамках подготовки к Олимпиаде, потребуется увеличение притока туристов в Сочи в 2,5—3 раза. Олимпиада не обеспечит России макроэкономического скачка в 2014 году» [6].

Инвестиции в олимпийские объекты негативно повлияют на рейтинги российских банков, финансирующих подготовку Олимпиады. Большая часть вложенных средств приходится на Внешэкономбанк, негативный эффект для которого ограничится ухудшением качества капитала и возможным ростом стоимости фондирования. Аналогичный, хотя и весьма ограниченный риск характерен и для Сбербанка.

Сбербанк планирует окупить свои затраты на строительство олимпийских объектов за 4—5 лет. Об этом сообщил заместитель председателя правления Сбербанка Станислав Кузнецов в эфире радиостанции «Эхо Москвы». «Особенность нашего проекта заключается в том, что мы после Олимпийских игр будем предлагать к продаже не только гостиницы, но и очень комфортные, разного размера квартиры и апартаменты со всеми удобствами, обставленные всей мебелью и техникой. Мы рассчитываем окупить этот проект в течение 4—5 лет», — заявил Кузнецов [4].

Внешэкономбанк по распоряжению Правительства в 2014 г. получит из федерального бюджета 10 млрд. руб. на возмещение убытков по кредитам, выданным на строительство олимпийских объектов в Сочи. Ранее эти деньги были предназначены Министерству регионального развития для имущественного вноса в «Олимпстрой» и развития Сочи как горноклиматического курорта. Внешэкономбанк выделил на строительство олимпийских объектов почти 107 млрд. руб. в виде кредитов.

После зимней Олимпиады стадионы, ледовые дворцы и другие выстроенные спортивные объекты переданы в управление новой корпорации — «Ростуризм Сочи», действующей на основе государственно-частного партнёрства. Наряду с государством участниками управляющей корпорации являются заинтересованные инвесторы при участии Ростуризма и Министерства курортов и туризма Краснодарского края.

«Комплексное сочетание туристических услуг, оптимальное соотношение цены и качества привлечет еще большее количество российских и зарубежных туристов», — уверены авторы идеи [1].

Однако говорить и о репутационном выигрыше России от проведения Олимпиады сложно. Это связано с высокой стоимостью олимпийских объектов, а также с другими негативными аспектами, получившими освещение в прессе. Например, в преддверии Игр Алексей Навальный и его Фонд борьбы с коррупцией подсчитали расходы на Олимпиаду в Сочи. По их данным, «стоимость строительства как минимум 10 олимпийских объектов завышена

в 1,5—2,5 раза. Например, стадион «Фишт» обошелся дороже мировых аналогов в 2,5 раза в расчете на зрительское место, а цена совмещенной дороги Адлер — Красная Поляна завышена почти в 2 раза» [1].

Некоторые западные экономисты настроены оптимистично. Например, специалисты Danske Bank ожидают, что «...к концу 2014 года рост ВВП России удвоится и составит 2,6 % за счет сочинской Олимпиады, а также роста частного потребления, снижения инфляции и высоких цен на нефть» [3].

Банк России в докладе о денежно-кредитной политике сообщил, что положительный вклад сочинской Олимпиады в российскую экономику составит 0,3 процентного пункта ВВП. Данный прогноз был произведён с учётом текущего состояния экономики России, анализа потоков расходов и доходов, связанных с проведением мероприятия, а также опыта других стран, принимавших Олимпиаду.

Олимпиада, проведённая на достойном уровне, — одно из ключевых событий для экономики России. Аналитики “FOREX MMCIS group” отмечают, что «это повысит статус России в глазах мирового сообщества и сделает страну более привлекательной в инвестиционном плане. Кроме того, благодаря Олимпийским играм появилось много новых рабочих мест (в строительном секторе, сфере обслуживания, транспортной отрасли), что также благотворно сказывается на экономическом росте» [2].

С точки зрения бухгалтерской отчетности организация олимпийских игр не считается прибыльной, так как выручка от продаж билетов, прав на трансляции и спонсорство не покрывает затрат. Но положительный эффект для экономики страны измеряется не только бухгалтерскими параметрами: он состоит в ускорении развития экономики региона, укреплении его позиции как курорта и становлением в качестве нового делового центра для юга России.

Список литературы:

1. Внешэкономбанк получит 10 млрд. руб. за убытки от Олимпиады // РБК [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://top.rbc.ru/economics/07/03/2014/909955.shtml> (дата обращения: 14.03.2014).

2. Как Олимпиада в Сочи скажется на экономике России? // ИА «Амител» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.amic.ru/news/251656/> (дата обращения: 14.03.2014).
3. Олимпиада в Сочи: будущее рубля и значение для экономики России // 24 часа о деньгах — соцсеть финансистов [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://blogberg.ru/blog/46376.html> (дата обращения: 14.03.2014).
4. Сбербанк рассчитывает окупить затраты на Игры в Сочи за 4—5 лет // Рамблер [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://finance.rambler.ru/news/economics/141260404.html> (дата обращения: 14.03.2014).
5. Халмузроев С. Олимпиаду сочи бесполезной для экономики // «Утро» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.utro.ru/articles/2014/02/06/1173365.shtml> (дата обращения: 14.03.2014).
6. Экономика и репутация России после Олимпиады в Сочи // Комитет Российской Экономической Свободы [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://russianeconomicfreedom.org/ru/?p=997> (дата обращения: 14.03.2014).

С/Х ОТРАСЛЬ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ПОСЛЕДСТВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ В ВТО

Катаева Анастасия Сергеевна

Ермолина Екатерина Владимировна

*студенты 3 курса, кафедра бухгалтерского учета, экономического анализа
и аудита ВятГГУ,*

РФ, г. Киров

E-mail: princess2828@mail.ru

E-mail: ekaterina.leofanova@mail.ru

Агапитова Елена Анатольевна

старший преподаватель ВятГГУ,

РФ, г. Киров

Спустя 18 лет изматывающих переговоров, Россия, наконец, получила окончательный «зеленый свет» на вступление во Всемирную торговую организацию (ВТО). 22 августа 2012 года Россия стала полноправным членом ВТО, что, так или иначе, сказалось на всех секторах отечественной экономики.

Работа экономистов, оценивающих последствия присоединения России к ВТО, велась давно. Они считали, что изменения выпуска, цен, потребления и благосостояния в среднем будут незначительными — в пределах плюс-минус с 1—3 % от исходных уровней. Эти расчеты указывали на благосостояния экономики в краткосрочном периоде на 0,41 % в год, а в долгосрочном — на 0,96 % в год [5].

По словам профессора, доктора экономических наук, ректора Нижегородского регионального института экономики и управления Василия Козлова под высокой угрозой оказались отрасли отечественной экономики: авиационная, автопром и сельское хозяйство. Это обусловлено тем, что отечественные предприятия не готовы к конкуренции на рынке и тем самым, Россия должна не препятствовать поступлению иностранных самолетов и автомобилей на российский рынок [3].

Сельское хозяйство рассматривается многими странами как уникальный сектор экономики, который по целому ряду причин, включая обеспечение

национальной продовольственной безопасности, не может приравняться к другим отраслям. Важным фактором, также обусловившим особое положение сельского хозяйства, стала необходимость сохранения сельского населения и поддержания уровня его доходов, так как продукция сельского хозяйства удовлетворяет потребности населения в продукции питания [6, с. 118].

После присоединения к ВТО Россия, возможно, сможет поставлять больше зерна в ЕС. Однако главная проблема с/х товаропроизводителей — изменения в мясной отрасли: если резко увеличится импорт свинины и говядины, существенно сократится внутреннее потребление зерна, а по прогнозам он увеличится. Климат и устаревшие технологии и техника — все это приводит к тому, что продукция отечественных аграриев получается дорогой, но, не смотря на это, законодатели только усугубили ситуацию. К примеру, в 8 раз была снижена пошлина на ввоз живых свиней. Применение этой меры предполагалось только для ввоза особо породистых особей, а в итоге минимальные ввозные цены снизили стимул на инвестирование и развитие собственной свиноводческой отрасли.

По словам Давида Эпштейна главного научного сотрудника СЗНИИ экономики и организации сельского хозяйства РАСХН, у России в сегменте производства молока очень слабые конкурентные позиции. Качество российского сыра оставляет желать лучшего, как, впрочем, и других молочных продуктов. Рентабельность отечественного сельского хозяйства крайне низкая: на протяжении последних 5 лет она составляет 9—10 %. По ценам наша продукция не может составить конкуренцию ни западной, ни белорусской, а затраты на электроэнергию, горючее, корма у фермеров растут и растут. Соответственно не растёт производство — поголовье скота сокращается, а надои хотя и растут, но это не компенсирует снижения поголовья [2].

Переходя на региональный уровень, можно рассмотреть, что изменилось в Кировской области за год после вступления России в ВТО на примере крупных и малых предприятий. В экономике Кировской области существенное значение играет сельское хозяйство [7, с. 115]. Область обладает

значительными конкурентными преимуществами, которые могли бы обеспечить существенный прорыв развития сельскохозяйственной отрасли. Территория её наделена с/х угодьями и высоким потенциалом промышленной переработки. Но вместе с тем существует ряд недостатков, которые мешают этому процессу, такие как: дефицит специалистов и рабочих профессий, низкий уровень развития социальной инфраструктуры и недостаток инвестиций.

Сельхозпроизводители считают, что увеличение импорта отрицательно скажется на развитии российского производства, что в итоге ударит и по потребителю. И в сфере свиноводства есть свои минусы. В частности, кировская агрофирма «Дороничи» уже заявила о приостановке инвест-программы до тех пор, пока окончательно не станут ясны перспективы свиной отрасли в стране и регионе.

По словам директора завода Абсолют-Агро Константина Мошуренко, еще в начале 2013 года агрохолдинг вел широкомасштабную модернизацию производства и развивал социальные проекты, а в настоящее время находится на грани банкротства. Вступление России во Всемирную торговую организацию — является основной причиной сложившейся ситуации на территории Кировской области в сфере свиноводства. На сегодняшний день местным предприятиям очень сложно конкурировать с более дешевыми поставками свинины [1]. Демпинг со стороны западных поставщиков обрушил оптовые цены на мясо в нашей стране более чем на 30 процентов, поэтому сейчас крупные предприятия предпочитают дешевое импортное сырье, не взирая на качество. Засушливое лето 2013 года также усугубило ситуацию, в котором неурожайный год обусловил недобор 6 тысяч тонн зерна. С падением цен на нашу продукцию взлетели цены на зерно с 6 до 13 рублей за килограмм, что вызвало тяжелейший удар в финансовом плане, что может повлечь за собой сокращение производства и, следовательно, около 1000 рабочих мест. Вместе с тем, ряд сельскохозяйственных организаций реализуют инвестиционные проекты, направленные на обновление материально-технической базы [4].

Кроме положительных и отрицательных моментов вступления России в ВТО есть еще и спорные. ВТО обяжет Россию приобретать у себя продукты генной инженерии. В силу этого Россия может постепенно превратиться в регион, куда будут отправляться продукты генно-модифицированные, так как соглашения между странами-участниками не позволяют тщательно исследовать весь ввозимый товар, учитывая, что торговые отношения между членами-участницами ВТО строятся в основном на доверии. Поэтому подобные факты могут создать непреодолимые проблемы для обеспечения продовольственной безопасности населения страны, а это очень существенный минус [10].

Единственным главным положительным моментом от вступления России в ВТО можно считать то, что создаются условия для повышения качества российских товаров и услуг.

Как показывает опыт развитых стран, малое предпринимательство играет весьма большую роль в экономике, его развитие воздействует на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на создание новых рабочих мест. Развитие малого бизнеса также способствует устранению нерентабельных и убыточных предприятий; рациональному использованию небольших местных источников сырья и отходов крупных производств; формированию конкурентной среды на рынках факторов производств, что так необходимо для нашей страны со вступлением во всемирную торговую организацию.

На данный момент в России по сравнению с промышленно-развитыми странами недостаточно малых предприятий. За 2011 год количество малых сельскохозяйственных предприятий в Кировской области составило 875 от 117748 единиц, в 2012 — 898 от 19 928 единиц, а в 2013—2014 годах ожидается еще больший их рост. По оценке 2013 года оборот малых предприятий в Кировской области составит 210,5 млрд. руб., что на 7 % выше уровня прошлого года, и в дальнейшем ожидается ежегодный рост данного показателя в среднем на 10 % [9].

В настоящее время крупные предприятия подвергаются сильному сокращению рабочего персонала. В противоположной ситуации малые предприятия, они способствуют занятости большего количества работников по сравнению с крупными, тем самым содействуя подготовке профессиональных кадров и распространению практических знаний. В них предполагается увеличение числа работников с 31,2 % трудового населения Кировской области в 2009 году до 34 % экономически активного населения области в 2014 году, что приведет к увеличению выпуска с/х продукции [8].

Давая общую оценку перспектив развития агропромышленного комплекса, можно сделать вывод, что АПК, как достаточно развитый сектор экономики области, эксплуатирующий одно из основных природных богатств области — сельскохозяйственные земли, имеет большие перспективы не только поставлять продовольствия населению области и производить продовольственные товары в межрегиональном масштабе, но и привлекать большую часть населения области, обеспечивая их значительным количеством рабочих мест, что сможет уменьшить отток трудоспособного населения, занятого в с/х отрасли, из Кировской области. В связи с этим дальнейшее развитие АПК области просматривается в форме реализации проектов, направленных на увеличение масштаба и глубины переработки сельскохозяйственной продукции силами малых предприятий, а отрасль имеет реальную перспективу стать одной из отраслей опережающего развития области.

Список литературы:

1. Агро Бизнес Консалт. // Кировская область: Свиноводство падет жертвой ВТО. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://agrobk.ru/kirovskaya-oblast-svinovodstvo-padet-zhertvoy-vto> (дата обращения 20.10.2013).
2. Аргументы и факты / Молочные реки, кисельные берега?/ 2013.
3. Аргументы и факты // Чужие правила: кто выиграл, а кто проиграл от вступления в ВТО. — 2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.aif.ru/onlineconf/5928> (дата обращения 17.10.2013).

4. Вятский край: общественно-политическая газета. Киров : Изд-во «Киров», 2013.
5. Ерохин В.Л., Иволга А.Г. Вступление России в ВТО: обзор принятых обязательств // Управление экономическими системами. Электронный научный журнал. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.uecs.ru/uecs-36-122011/item/862-2011-12-19-05-43-54> (дата обращения 17.10.2013).
6. Зонова А.В., Арасланова О.Г., Чикишева А.Н. Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов: материалы Ежегодной Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. Киров: 2012. — С. 118.
7. Зонова А.В., Арасланова О.Г., Чикишева А.Н. Экономика в современном мире: материалы всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 15-летию факультета экономики ВятГГУ 23 апреля 2012 года. Киров: Издательство КОГАУ «Редакция газеты «Нива», 2013. — С. 115.
8. Правительство Кировской области. // Постановление от 25 августа 2009 г. № 22/259 об областной целевой программе «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Кировской области» на 2010—2014 годы.
9. Правительство Кировской области. // Членам Правительства области представлен прогноз социально-экономического развития региона на ближайший период, 2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.kirovreg.ru/news/detail.php?ID=52100&spphrase_id=194526 (дата обращения 06.11.2013).
10. Сафронова А. Вступление России в ВТО: плюсы и минусы. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rb.ru/article/vstuplenie-rossii-v-vto-plu..> (дата обращения 20.10.2013).

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЦБ РФ

Кожин Денис Алексеевич

студент 2 курса магистратуры, кафедра банковского и страхового дела

ТюмГУ,

РФ, г. Тюмень

E-mail: deko11@yandex.ru

Понятие «денежно-кредитная политика» имеет двойное толкование. В узком смысле слова денежно-кредитная политика банка представляет собой совокупность действий для кредитных учреждений банковского и небанковского типа, например, ломбардов, кредитных союзов и др.

В широком смысле денежно-кредитная политика представляет собой совокупность законодательно обозначенных и субординированных действий банковского и небанковского типа, функционирующих на основе кредита и формирующих кредитные отношения в стране.

В рамках денежно-кредитной системы рассматривают банковскую систему как совокупность только банков. Небанковские кредитные учреждения, не выполняя третьего вида базовых банковских операций — расчетов, не относятся к банкам. Поэтому они не входят в состав банковской системы. Однако, так как небанковские кредитные учреждения также осуществляют кредитные операции и, прежде всего, ссудные операции (хотя и депозитные операции не чужды небанковским кредитным учреждениям), то они также формируют в стране кредитные отношения и в этой связи относятся к кредитной системе страны. Из этого следует, что понятие «денежно-кредитная система» значительно шире понятия «банковская система» и по своему составу и строению и по объему и характеру кредитных операций. Поэтому неправомерно отождествлять банковскую систему с кредитной системой страны.

Уместно отметить, что так как небанковские кредитные учреждения не посредничают в расчетах между своими клиентами, то они, соответственно, не имеют и корреспондентских счетов, необходимых банкам, именно,

для выполнения этой важной банковской операции — посредничества в расчетах своих клиентов.

Соответственно, банки открывают друг другу корреспондентские счета, через которые они и имеют возможность переводить денежные средства из одного региона страны в другой, выполняя поручения своих клиентов. Кроме того, все коммерческие банки имеют в Центральном банке страны, как в банке банков, свои корреспондентские счета, выполняющие роль текущих счетов коммерческих банков в НБУ. Небанковские кредитные учреждения открывают в соответствующих коммерческих банках свои текущие счета, на которых они могут хранить привлеченные средства. Таким образом, с одной стороны, взаимоотношения между всеми участниками кредитной системы страны тесно взаимосвязаны. С другой же стороны, по характеру этих взаимоотношений их можно объединить в три разных, но взаимоподчиненных (субординированных) группы, находящиеся на разных уровнях своего функционирования.

На первом уровне находится Центральный банк, являющийся «банком банков» и осуществляющий методическое и методологическое обеспечение, контроль и надзор за деятельностью всех участников кредитной системы страны. На втором уровне находятся коммерческие банки, открывающие свои текущие (корреспондентские) счета, как в центральном банке страны (как в «банке банков») так и друг у друга. И, наконец, на третьем уровне находятся небанковские кредитные учреждения, открывающие свои текущие счета только в соответствующих (чаще всего по территориальному признаку) коммерческих банках. Из этого следует, что кредитная система страны, как правило, двухуровневая [2].

Уместно отметить, что в каждой стране ее денежно-кредитная политика банка имеет свои особенности. Эти особенности могут касаться Центрального банка (например, в США функции центрального банка выполняет ФРС, состоящая из 12 федеральных штатных банков), а могут касаться третьего уровня кредитной системы — небанковских кредитных учреждений, которые

могут весьма и весьма отличаться по своему составу и количеству. Однако, в любой стране с рыночной экономикой характер взаимоотношений между третьим и вторым, и между вторым и первым уровнями системы остается неизменным, также, как и внутри второго и третьего уровней. Как правило, отличительные черты кредитных систем разных стран наиболее ярко проявляются в составе третьего уровня — в составе небанковских кредитных учреждений.

Меры денежно-кредитной политики ЦБ РФ в целом они носили достаточно общий характер и ориентированы, прежде всего, на фискальную консолидацию и сокращение дефицита бюджета, а также прекращение действия нестандартных инструментов денежно-кредитной политики. В развивающихся странах и России масштабы антикризисной политики, как и сам кризис, были скромнее, и денежным властям не потребуется разрабатывать изощренные программы завершения антикризисных мер [3].

В течение последних лет процентная политика Банка России пережила несколько фаз развития. Регулятор произвел экстренное снижение процентных ставок по инструментам рефинансирования для повышения ликвидности в банковском секторе и расширения доступности операций рефинансирования для банков. Также пришлось пойти на временное повышение процентных ставок для противодействия оттоку капитала и атаки на курс рубля. По настоящее время Банк России осуществляет снижение процентных ставок для стимулирования кредитной активности и экономического роста

В свете завершения антикризисных мер процентная политика Банка России сталкивается с рядом среднесрочных задач. К ним относятся:

- поддержание текущего экономического восстановления;
 - плановое снижение инфляции до 5—6 %;
 - поддержание приемлемой волатильности эффективного курса рубля;
- снижение процентных ставок по кредитам.

В случае реализации сценария инфляционного давления Банку России не останется иного выхода, как ужесточать денежно-кредитную политику.

В то же время следует отметить, что переход к рестриктивной политике возможен только после выхода экономики на устойчивые темпы роста [1]. В ходе абсорбации ликвидности денежные власти могут руководствоваться рядом соображений. Не имеет смысла поднимать процентные ставки в условиях избыточной ликвидности, поскольку это окажет минимальное влияние на рынок. Ужесточению процентной политики может предшествовать изъятие избыточной ликвидности, которое целесообразно осуществить за счет обязательных резервов и операций на открытом рынке (деPOSITНЫХ аукционов). Таким образом, ставка рефинансирования может оказаться одним из последних инструментов, задействованных для снижения инфляционного давления.

Другой немаловажный фактор, который необходимо принимать во внимание, — неравномерность расходов федерального бюджета в течение года. Процентная политика будет эффективной в борьбе с инфляцией, если она проводится в координации с налогово-бюджетной политикой. В частности, размещение временно свободных средств бюджета на банковских депозитах должно учитывать фазы ужесточения и смягчения денежно-кредитной политики. Кроме того, стерилизация денежной массы средствами денежно-кредитной политики не способна удержать низкую инфляцию без сокращения бюджетных расходов в реальном выражении. В случае продолжающегося дефицита единственным неинфляционным источником финансирования бюджетных расходов могут стать государственные заимствования на внутреннем рынке, а не использование средств резервного фонда или внешние государственные заимствования.

По завершении кризиса возникает вопрос о сокращении кредитных рисков Банка России и пересмотре ломбардного списка исходя из критериев приемлемого обеспечения, действовавших в условиях нормальной работы рынка. Обсуждалось несколько вариантов: одномоментное изменение списка, его пересмотр при достижении «дна» ставок и другие подходы. В целом вряд ли можно назвать действенные причины, по которым Банку России не следует пересмотреть ломбардный список в пользу консервативных инструментов.

Однозначно из него могут быть исключены обыкновенные и привилегированные акции корпораций как наиболее рискованные инструменты, не характерные для залоговых операций центральных банков. В то же время, чтобы не вызвать дестабилизацию рынка и сбои в управлении ликвидностью банков, облигации эмитентов из перечня системообразующих организаций правительства РФ могут сохраниться в ломбардном списке вплоть до их погашения. После погашения текущих выпусков новые облигации тех же эмитентов в ломбардный список могут быть включены, только если они удовлетворяют критериям, применяемым к бумагам остальных эмитентов.

Спрос на длинные операции РЕПО на срок от полугода и выше никогда не был значительным, а с восстановлением ликвидности банков и вовсе сошел на нет. Кроме того, параллельное сохранение краткосрочных и среднесрочных операций предоставления ликвидности вносит конфликт в управление конъюнктурой денежного рынка. При пополнении ликвидности посредством среднесрочных операций краткосрочные ставки выходят из-под контроля, а спрос на краткосрочные инструменты Банка России падает. Наконец, необходимо иметь в виду, что задача любого центрального банка состоит в управлении ценой заемных денег на краткосрочном рынке. Вмешательство на более длинных сегментах рынка чревато как дополнительными рыночными рисками, так и потерей гибкости процентной политики и политики управления ликвидностью.

Сегодня эти задачи в основном выполнены. В настоящее время исполнительной, законодательной властью и Банком России в основном решены задачи по восстановлению способности банковской системы оказывать базовый комплекс услуг и сохранению жизнедеятельного ядра этой системы.

Крайне медленно восстанавливается межбанковский кредитный рынок. Остается сложной ситуация с кредитной активностью банков, что обусловлено недостатком долгосрочных ресурсов, капитала, высокими оценками рисков кредитования отечественных производителей, недостатком доходных финансовых инструментов.

Важнейшим фактором, определяющим дальнейшее развитие любого банка, становится отношение клиентов. В конечном итоге именно они будут оценивать поведение банков во время кризиса и на этом основании принимать решения о том, с кем из них продолжать сотрудничать в будущем.

Банкам необходимо разработать и внедрить «программу лояльности», предполагающую бонусы не поддавшимся панике клиентам и сохранение процентов тем, кто восстановит свои вклады. Такая мера имеет цель поощрить клиентов, сохранивших доверие к банку, и вернуть тех, кто вывел свои средства со счетов кредитного учреждения. Данная стратегия поведения банка позволит построить долгосрочные отношения со своими вкладчиками. Очевидно, что через определенное время последствия кризиса будут преодолены. И в этой ситуации важнейшим фактором, определяющим дальнейшее развитие любого банка, станет отношение клиентов. В конечном итоге именно они будут оценивать поведение банков во время кризиса и на этом основании принимать решения о том, с кем из них продолжать сотрудничать в будущем.

Список литературы:

1. Алпатова Э.С. Пути повышения уровня капитализации банковской системы РФ // Актуальные проблемы образования на современном этапе: материалы российской научно-практической конференции. М.; Казань; Бугульма, 2014 — С. 16—24.
2. Белоглазова Г.Н. Деньги, банки, кредит: конспект лекций. Юрайт Издат, 2013.
3. Госпорчук Г.Г. О развитии российской банковской системы: проблемы малых и средних банков // Банковское дело № 1'2012.

ПРИОРИТЕТЫ СОВРЕМЕННОЙ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ЦБ

Кожин Денис Алексеевич

студент 2 курса магистратуры, кафедра банковского и страхового дела

ТюмГУ,

РФ, г. Тюмень

E-mail: deko11@yandex.ru

Денежно-кредитная политика Центрального банка РФ представляет собой систему денежно-кредитных мероприятий, которая проводится банком для достижения назначенных финансовых итогов и может являться одним из компонентов банковской политики страны [2].

При обозначении приоритетов денежно-кредитной политики осуществляется аналитическая оценка макроэкономической ситуации в стране в целом, анализа отраслевой динамики основных направлений кредитования, принятие ряда банковских нормативных документов. Указанная деятельность относится преимущественно к осуществлению аналитических и маркетинговых подразделений [1].

Центральный банк Российской Федерации до настоящего времени не требует от коммерческих организаций разработки кредитной политики как самостоятельного внутри банковского документа в обязательном порядке. Однако в инструкции ЦБ РФ для банковских аудиторов необходимо отмечать в заключениях наличие или отсутствие в банке такого документа.

Наделение Центрального банка РФ указанными полномочиями санкционирует формирование рационального функционирования двухуровневой банковской системы. Для осуществления указанных функций ЦБ РФ необходима обширная сеть региональных учреждений и центральный аппарат, которая соблюдает все обозначенные в денежно-кредитной политике ЦБ РФ.

Центральный банк — ключевой регулятор денежно-кредитной политики, который является составной частью экономической политики правительства, ключевыми целями которой служат достижение стабильного экономического

роста, снижение безработицы и инфляции, выравнивание платежного баланса [5].

Государственное регулирование денежно-кредитного общества способно быть благополучным исключительно тогда, когда страна через Центральный Банк может влиять на размеры и характер мероприятий коммерческих банков.

Свою роль ЦБ осуществляет через косвенное регулирование денежно-кредитной среды. Так, в частности, увеличивая или уменьшая официальную ставку рефинансирования, ЦБ проявляет влияние на вероятность коммерческих банков и их клиентов в приобретении кредита, что в свою очередь воздействует на экономический рост, денежную массу, уровень рыночного процента.

Дифференциация учетной ставки Центрального банка Российской Федерации, форсируя надлежащее изменение рыночного процента, сказывается на состоянии платежного баланса и валютного курса. Рост ставки оказывает поддержку привлечению в государство иностранного краткосрочного капитала, а в итоге активизируется платежный баланс, растет предложение иностранной валюты, соответственно сокращается курс иностранной и растет курс национальной валюты. Понижение ставки ввергает к противоположным итогам [3].

Также возможна дифференциация нормы обязательных резервов. Регулирование минимальных резервных требований имеет двоякую роль: так, оно формирует минимальный уровень ликвидности коммерческих банков, а также применяется как актуальный инструмент денежно-кредитной политики ЦБ РФ.

В предстоящий трехлетний период основным приоритетом денежно-кредитной политики Банка России является обеспечение ценовой стабильности, что подразумевает достижение и поддержание стабильно низких темпов роста потребительских цен и является одним из важнейших условий формирования сбалансированного и устойчивого экономического роста. К 2015 году Банк России планирует завершить переход к режиму таргетирования инфляции, в рамках которого обеспечение ценовой стабильности признается приоритетной

целью денежно-кредитной политики. Кроме того, неотъемлемыми характеристиками нового режима являются объявление количественных целей по инфляции, принятие решений в первую очередь на основе прогноза развития экономики и динамики инфляции, а также активное информационное взаимодействие центрального банка с обществом и его подотчетность.

Наряду с этим финансовая стабильность рассматривается Банком России как необходимое условие реализации государственной макроэкономической, в частности денежно-кредитной, политики.

В среднесрочной перспективе перед Банком России стоит задача по дальнейшему снижению темпа роста потребительских цен.

Данный процесс должен протекать постепенно: целевая траектория инфляции будет определяться с учетом перспектив экономического роста, а также задачи по поддержанию устойчивого функционирования банковского сектора и финансовых рынков, что позволит избежать чрезмерной волатильности цен активов и неоправданных колебаний деловой активности. Целевое значение изменения потребительских цен, установленное с учетом вышеуказанных факторов, составит 5,0 % в 2014 году, 4,5 % в 2015 году и 4,0 % в 2016 году. Выбор индекса потребительских цен в качестве целевого индикатора обусловлен тем, что, хотя базовый индекс потребительских цен менее волатилен и в большей степени поддается воздействию мер денежно-кредитной политики, общий индекс лучше характеризует изменение стоимости жизни и его динамика влияет на формирование инфляционных ожиданий субъектов экономики.

В современном мире особенность национальной экономики лишается своей обычной функции, устранившись под воздействием мировых интеграционных процессов. Экономические рычаги в соглашениях глобальной интеграции совмещаются стратегическое и геополитическое значение [4].

В подобных условиях России нужна разработка и отчетливое применение механизмов, которые разрешат ей согласованно интегрироваться в глобальную

экономику, предохраняя при этом те основания, которые соответствуют ее отечественным интересам.

В процессе интернационализации российских банков повышенным вниманием пользовался инструмент гарантии международных инвестиций: взносов в уставный капитал в зарубежные компании (в том числе в виде оборудования, технологий, лицензий и патентов и т. д.), а также при предоставлении гарантий или субординированных кредитов акционерами, что способствует проведению операций стратегической важности для российской национальной экономики:

а. способствующие интернационализации экономики (терминалы, железные дороги, автотрассы и т. д.);

б. способствующие диверсификации источников энергии на внутреннем британском рынке: интернационализация банков; поддержка стратегических отраслей экономики: возобновляемые источники энергии, экологические проекты, инновационные отрасли. Операции с вышеуказанным содержанием проводятся на рыночных условиях.

При этом в условиях глобального экономического кризиса наблюдается ситуация драматического движения назад, когда достижения предыдущих лет в торговом финансировании фактически находятся в замороженном состоянии. Кризис недоверия и ликвидности, переосмысление частным рынком качества риска перевели ряд индивидуальных рисков в разряд «нерыночных», то есть таких, которые частный финансовый сектор принять не может. Последовала де-факто фрагментарная дезинтеграция международной финансовой системы, обслуживающей международную торговлю. В результате традиционная роль денежно-кредитной политики ЦБ снова стала наиболее востребованной.

В современных условиях при ограниченном доступе компаний малого и среднего бизнеса к банковским кредитам увеличиваются объем коммерческих кредитов, предоставление средне- и долгосрочной рассрочки платежа экспортером импортеру в рамках экспортного контракта. Важной чертой подобной схемы является возможность «монетизировать» кредит.

В этом случае экспортный контракт предусматривает передачу импортером в оплату товара беспроцентных валютных векселей, которые экспортер может дисконтировать в своем банке, одновременно уступая права по страховому полису, покрывающему риск неисполнения обязательств по погашению векселей. Следует отметить, что решения о поддержке той или иной операции принимаются индивидуально на основании комплексного кредитного анализа потенциального должника и экспортной операции в целом.

В таких условиях России необходимо четко определить рычаги и механизмы, которые позволят ей эффективно интегрироваться в глобальную экономику, сохраняя при этом те основы, которые соответствуют национальным интересам. Денежно-кредитная политика должна превратиться в важнейший инструмент, обеспечивающий эффективное экономическое развитие, способствуя выполнению тех приоритетных задач, которые стоят перед экономикой страны.

Список литературы:

1. Алексеев В.А. Особые позиции стран, не вошедших в Европейский валютный союз на первом этапе ее создания // Современные аспекты экономики. — 2007. — № 5. — 0.19 пл.
2. Березин М.Ю. Сравнительный анализ поэлементной конструкции денежной системы // Финансы и кредит, 1 (205) 2013.
3. Колчина Н.В. Финансы предприятий (предприятий). М: ЮНИТИ, 2011. — 367 с.
4. Основные направления единой государственной денежно–кредитной политики на 2013 год и период 2014 и 2015 годов (одобрено Советом директоров Банка России 1 ноября 2012 г.) // Вестник Банка России — 2012 — № 67(1385) — с. 4—31.
5. Перонко И.А. Проблемы совершенствования налогообложения в Российской Федерации и пути их решения: Автореф. дис. ... д-ра экон. наук. М.: Финансовая академия при Правительстве РФ, 2014.

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО И ПРАКТИКА ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Кондратьева Ирина Сергеевна

студент 6 курса, кафедра экономики

ФГБОУ ВПО «Московский машиностроительный университет (МАМИ)»

(филиал) ЧПИ,

РФ, Республика Чувашия, г. Чебоксары

E-mail: irina8069@mail.ru

Уляков Владимир Николаевич

научный руководитель, старший преподаватель

ФГБОУ «Московский машиностроительный университет (МАМИ)»

(филиал) ЧПИ,

РФ, Республика Чувашия, г. Чебоксары

Российским производителям, чтобы обеспечить свою конкурентоспособность в связи со вступлением России в ВТО, необходимо внедрять и применять новые производственные системы и программы, позволяющие определять прибыльность компании не объемами производства, а возможностями снижения производственных затрат и осуществлением управления по целевым издержкам (Target Costing).

Одной из таких систем является всем известная производственная система Тойоты (Toyota Production System — TPS), состоящая из двух автономных систем: комплексной системы управления качеством продукции и системы издержек производства на основе его лучшей организации. Последняя, определяемая как «бережливое производство» (LEAN PRODUCTION — LP), направлена на реализацию идеи «искоренения всего лишнего» в производстве, т. е. всего того, что не приносит дохода.

Термин «бережливое производство» впервые ввел Джон Крафчик в работе “Triumph of the Lean Production” в 1988 г. для характеристики типа производства японской автомобильной фирма Toyota, ориентированного на устранение лишнего.

При традиционном подходе производители считают неизбежными некоторые процессы, не добавляющие ценности, но необходимые

для осуществления основных процессов. В концепции же бережливого производства (мышления) отправная точка — ценность (товара, услуги), то есть те характеристики и свойства, которые нужны конечному потребителю и за которые он готов платить. Следовательно, с точки зрения бережливого производства процессы, не добавляющие ценности, относятся к категории потерь и должны быть устранены.

Сигео Синго — консультант, инженер, профессор, будучи одним из основателей TPS, выделил причины большинства потерь любого предприятия именно в организации производства или обслуживания. Поэтому, по его мнению, «снижение себестоимости продукции за счет исключения всевозможных потерь возможно лишь за счет организации производственного процесса» [2, с. 28].

В рамках реализации концепции бережливого производства, применяют целую систему инструментов устранения указанных выше потерь и минимизации издержек (рис. 1): картирование процессов, система вытягивания на базе концепции поставок «точно вовремя» (Just in Time — JIT) и введения карточек «канбан» (KANBAN), системы выравнивания и синхронизации производства, всеобщего управления качеством TQM.

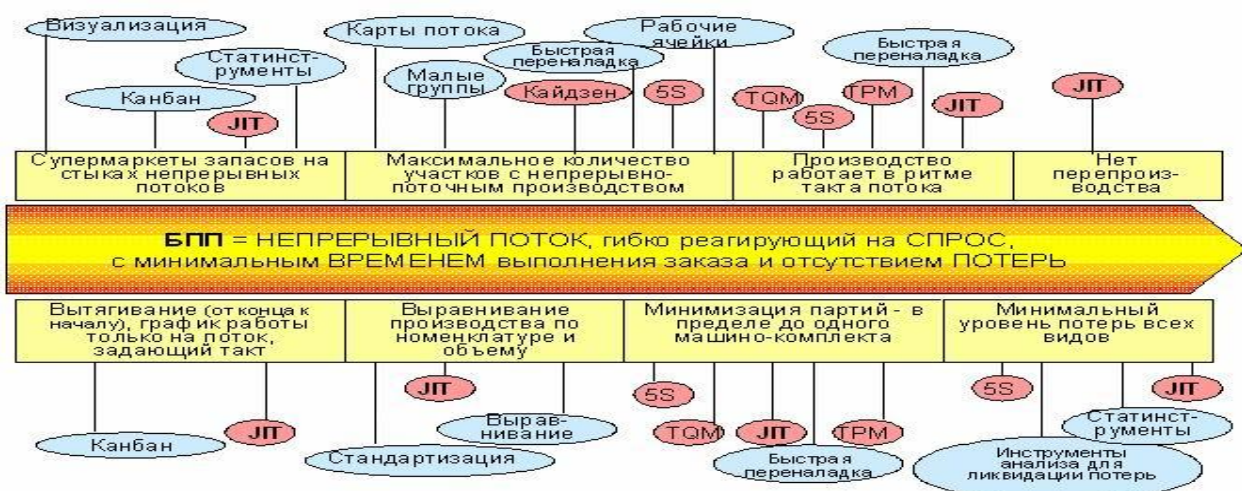


Рисунок 1. Системы и инструменты, обеспечивающие создание бережливого производственного потока [4]

По мнению основоположников менеджмента Тойоты есть единственный способ выявления недостатков и потерь в производственных процессах — создание потоков. Отсюда логически вытекает первый шаг внедрения бережливого производства — картирование потока создания ценности. Карта потока создания ценности позволяет выявить узкие места потока и на основе его анализа выявить все непроизводительные затраты и процессы, разработать план улучшений в условиях «как есть», «как должно быть» и «как будет».

В процессе картирования все действия по созданию потока создания ценности, можно разделить на три категории:

1. действия, создающие ценность, как, например, обработка деталей;
2. действия, не создающие ценность, но неизбежные в силу технологических или организационных причин (проверка качества);
3. действия, не создающие ценность (муда), которые можно немедленно исключить из процесса [2, с. 62].

Бережливое производство как раз и направлено на ликвидацию последней группы процессов и операций, которые Тайити Оно, исполнительный директор Toyota, разделял на семь основных типов:

- перепроизводство, т. е. производство большего объема раньше или быстрее, чем это требуется на следующем этапе производства;
- излишние запасы — любое избыточное поступление предметного потока в производственный процесс, будь то сырье или производимая продукция;
- дефектный продукт — продукция, требующая проверки, сортировки, утилизации, понижения сортности, замены или ремонта;
- дополнительная (излишняя) обработка или перемещение — дополнительное усилие, которое, по мнению потребителя, не увеличивает прибавочной стоимости изделия;
- ожидание и перерывы в работе;
- люди — неполное использование человеческих умственных и творческих способностей и опыта;

- потери при транспортировке — транспортировка частей или материалов внутри предприятия.

Кроме того, необходимым условием реализации бережливого производства является создание и внедрение планов постоянного совершенствования (система «кайдзен»), которые могут предусматривать введение системы всеобщего обслуживания оборудования TPM (Total Productive Maintenance), быстрого переналаживания оборудования SMED (Single-Minute Exchange of Die), средств визуализации (5S «Упорядочение», Андон), стандартизацию.

Всеобщая эксплуатационная система (Total Productive Maintenance, TPM) — это обеспечение бесперебойности работы оборудования с заданными параметрами. Цели TPM — снижение шести видов потерь, ухудшающих эффективность использования оборудования.

Направления развертывания TPM:

1. Самостоятельное обслуживание оборудования — подразумевает автономное обслуживание (оператор) и обучение по обслуживанию и ремонту оборудования для операторов и ремонтников.

2. Поддержка нормального функционирования оборудования на протяжении его жизненного цикла, т. е. предотвращение и раннее обнаружение неисправности оборудования, плановое обслуживание и быстрое реагирование на возникшие проблемы с оборудованием.

3. Проведение отдельных улучшений, косвенно связанных с обслуживанием оборудования — включает развитие деятельности по улучшению качества, создание системы управления разработкой и внедрением нового оборудования, совершенствование системы охраны труда и окружающей среды.

Одним из основных инструментов бережливого производства является система SMED, основной идеей которой стал принцип «одноминутной замены штампов» (Single-Minute Exchange of Die — SMED). Данная система позволила компании «Toyota» многочасовую замену штампов сократить до единиц минут,

тем самым сократить время производственного цикла и добиться устранения перепроизводства продукции.

Стандартизация — это стремление к выполнению работы по правилам путем разработки документов, определяющих шаг за шагом производственный процесс. Направлениями развертывания стандартизации являются разработка организационных стандартов (политик, правил, инструкций, норм, указаний) и разработка операционных стандартов (описаний выполнения работы, процессов).

Следующими инструментами бережливого производства являются средства визуального контроля — это визуализация, помогающая мгновенно определить состояние производственной линии или процесса оказания услуг. Иными словами, все инструменты, детали, производственная деятельность и показатели должны находиться на виду так, чтобы каждый вовлеченный в процесс человек мог понять состояние системы с первого взгляда, т. е. они должны быть просты для понимания, видны издали, описывать потенциальные неисправности и остановки в работе. Возможными инструментами визуализации являются 5S (сейри — сортировка, сейкетцу — стандартизация, сейцуке — совершенствование, сейтон — рациональное использование, сейсо — уборка). Пять шагов для поддержания порядка или 5S были разработаны специально для производства. По мнению Ю. Адлера, «если необходимо получить сглаженное производство потока единичных изделий на заказ, то начинать надо с организации рабочих мест» [6, с. 17].

Следует отметить, что стандартизация, 5S (поддержание порядка) и устранение потерь — это три базовых элемента совершенствования, и именно с них начинается реализация бережливое производство на любом предприятии. При этом устранением потерь и поддержанием чистоты и порядка необходимо заниматься одновременно, и эти действия должны предшествовать написанию документа, который описывает стандарт.

Нельзя сказать, что японские менеджеры «ухватили бога за бороду» и открыли какие-то тайные источники повышения эффективности. Почти все,

что они делают, известно всему миру, но на практике используется редко. Однако некоторые позиции управления они действительно пересмотрели кардинально, в результате чего в основе организации производства на «Тойоте» лежит стратегически иной, чем в других странах, подход к выбору цели производства. Например, основу американского и европейского подходов можно свести к шутливой рекламе Г. Форда: «Фирма «Форд» может покрасить автомобиль по желанию заказчика в любой цвет, если этот цвет черный». Иными словами, такой подход базируется на монопольном положении производителя и принципе «не хочешь — не бери, возьмут другие». В это же время девиз японской фирмы звучит так: «Мы можем сделать такой автомобиль, какой Вы хотите». То есть фирма добивается не трансформации взглядов покупателя, а приспособляет всю производственную систему к запросам рынка, ориентируясь на каждого конкретного потребителя. В данном случае речь идет о переходе от массового производства к новой эпохе — эпохе производства, основанной на заказах, переходе от системы выталкивания к системе вытягивания.

Кроме того, компаний, готовых трансформировать свою культуру, очень мало не только в России, но и в мире. Для многих предприятий, не готовых менять культуру, вполне возможно применить краткосрочную программу снижения издержек или увеличения объемов производства оказания услуг, проводимую сверху вниз, жестко управляемой руководством и не требующей обучения широкого круга сотрудников. Это не будет бережливым производством (хотя при этом могут использоваться отдельные его инструменты), но даст относительно быстрый, хотя и ограниченный эффект.

Следующим немаловажным фактором, тормозящим процесс внедрения бережливого производства, является отсутствие государственной и региональной поддержки производителей. В России только в Республике Татарстан постановлением Кабинета Министров утверждена и реализуется программа «Реализации методики «Бережливое производство» на 2012—2013 гг., целью которой является «поэтапное повышение эффективности деятельности

промышленных предприятий Республики Татарстан, в первую очередь наукоемкого машиностроения». Общее финансирование реализации программы составляет 58,0 млн. руб., в том числе выделенные в установленном порядке средства бюджета Республики Татарстан — 15,0 млн. руб., предполагаемые средства внебюджетных источников — 43,0 млн. руб. Кроме того, введена методика «Бережливое производство» в образовательный процесс учреждений профессионального образования (Казанский государственный технический университет им. А.Н. Туполева). В данном регионе концепция бережливого производства внедряется и применяется более чем 20 предприятиями, из которых наиболее показательными являются ОАО «КАМАЗ», ОАО «Производственное объединение Елабужский автомобильный завод», ФГУП «Производственное объединение «Завод имени Серго», ОАО «Казанское моторостроительное производственное объединение», ОАО «Казанское авиационное производственное объединение имени С.П.Горбунова», ОАО «Спартак», ОАО «Казанькомпрессормаш», ОАО «Татнефть», ОАО «СОЛЛЕРС-Елабуга», ОАО «КВАРТ», ОАО «Казанский электротехнический завод», ОАО «Нижекамскшина», ОАО «Казанский вертолетный завод», ОАО «Альметьевский трубный завод», ОАО «Вакууммаш», ОАО «Генерирующая компания» [1].

Также в целях усиления координации работ по внедрению Лин-технологий в образовательный процесс и промышленное производство создана Межведомственная рабочая группа, которая ежеквартально на своих заседаниях обсуждает результаты и проблемы применения методики Бережливого производства на предприятиях, разрабатывает предложения и рекомендации по дальнейшему внедрению и популяризации данной технологии.

В Чувашии также порядка 20 предприятий внедряют производственную систему «Бережливое производство», однако стимулом для этого является только инициатива руководства предприятий. Наибольшие достижения в этом направлении имеют ОАО «Элара», ОАО «Концерн «Тракторные заводы», ОАО «Чувашкабель». Наиболее успешно реализовавшим на практике принципы бережливого производства является ОАО «Канашский автоагрегатный завод».

Проект внедрения данной производственной системы начал реализовываться с 2003 г. под руководством директора по развитию производственных систем этого предприятия Хайбуллина М.С.. При разработке бизнес-плана внедрения данной системы и развития предприятия на ближайшие пять лет (2003—2008 гг.) учитывался такой момент, что процесс реализации проекта и получение ожидаемого эффекта очень трудоемок, требует всестороннего анализа текущего состояния производства и построения перспективного плана и, самое главное, находится, в прямой зависимости от человеческого фактора. Поэтому, прежде всего предприятию нужны были обученные специалисты и конкретные меры по стимулированию каждого работника к участию в программе, повышению ответственности не только за себя, но и команду в целом. Исходя из этого, к концу 2008 г. принципам и методам бережливой системы были обучены 673 работника.

Результаты реализации проекта за 2003—2005 гг. следующие:

1. Потери от брака сократились на 38,9 %; а продолжительность оборачиваемости запасов коммерческой службы сократилась на 20,9 дн. (53,4 %), производственных цехов — 13,3 дн. (76 %).

2. Среднесписочная численность персонала сократилась на 16,7 % (высвободилось 270 чел.), при этом среднемесячная зарплата выросла на 3379 руб./чел. (51,5 %), а выработка увеличилась более значительно — на 252,6 тыс. руб. (96,2 %).

3. Рост инвестиционных вложений до 29 млн. руб. обеспечил увеличение объема производства и реализации к 2005 г. до 589687 тыс. руб., при этом прирост по сравнению с 2003 г. составил 57,8 %.

Общий экономический эффект от реализации мероприятий по снижению себестоимости за 2003—2005 гг. составил 36955,2 тыс. руб., что соответствует 123 % к бизнес-плану, за 2008 г. — 43509,021 тыс. руб. При этом затраты на внедрение проектов составили 1616,522 тыс. руб., что свидетельствует о высокой эффективности внедрения производственной системы, а, соответ-

ственно, и правильном направлении развертывания программы и рациональном выборе применяемых методов и принципов.

Излагая положительные стороны реализации принципов бережливого производства необходимо отметить, что на степень интенсивности внедрения проекта оказывает огромное влияние человеческий фактор, о чем свидетельствуют проблемы, с которыми столкнулись организаторы на предприятии ОАО «КААЗ»:

- сложившийся стереотип мышления работников.
- недостаточная восприимчивость к новшествам.
- психологическая неготовность работать в более напряженном режиме.
- ложное представление солидарности (неэффективная цепочка помощи).
- недостаточное понимание общности цели и задач между подразделениями.
- существование опасности возврата на прежние позиции после проведенных усовершенствований.
- неэффективность работы проектных групп без освобождения от основных обязанностей.
- низкая инициатива в действиях Кайдзен-команд.

Преодоление данных проблем возможно через реализацию следующих мероприятий:

- систематически обучать персонал, проводить специальные теоретические и практические занятия;
- наглядно демонстрировать достижения (оформление стендов как один из способов);
- стимулировать работников к участию в программе (принятое в 2005 г. Положение по мотивации работников за подачу усовершенствований и наиболее значимых показателей предприятия).

В работе использованы данные предприятия только за 2003—2005 гг. и за 2008 гг., так как данные за последующие годы в связи с закрытостью информации анализировать не представляется возможным.

Список литературы:

1. Бережливое производство // Портал правительства республики Татарстан. Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — http://mpt.tatarstan.ru/rus/ber_proiz1 (дата обращения 12.12.2013).
2. Вумек Джеймс П., Джонс Дэниел Т. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / пер. с англ. 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 473 с.
3. Долгосрочная целевая программа «Реализация проекта «Бережливое производство» в Республике Татарстан на 2011—2013 годы».
4. Куприянова Т.М., Растимешин В.Е. Упорядочение / 5S -система наведения порядка, чистоты и укрепления дисциплины с участием всего персонала») // TPM-center. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.tpm-centre.ru/page.php?pageId=106&menuItemTreeCode=050304> (дата обращения 25.01.2012).
5. Монден Я. Тоета: методы эффективного управления : сокр. пер. с англ. / науч.ред. А.Р. Бенедиктов, В.В. Мотылев. М.: Экономика, 1989. — 288 с.
6. Синго С. Быстрая переналадка: Революционная технология оптимизации производства / Сигео Синго; Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 344 с.
7. Синго С. Изучение производственной системы Тойоты с точки зрения организации производства / Пер. с англ. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2006. — 312 с.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАЗАХСТАНА: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ

Кудайбергенова Айгерим Еркиновна

*магистрант 1 курса, кафедра экономики, КазНУ им. аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: kudajbergen91@mail.ru*

Альжанова Нуржан Шариповна

*научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, профессор, кафедра экономики,
КазНУ им. аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы*

В нашем мире одним из главных факторов развития экономики нашей страны становятся не богатые природные ресурсы, а результаты созидания человеческого ума — идеи и основанные на них нововведения. Поэтому самое важное направление государственной политики Республики Казахстан является активизация процессов создания объектов интеллектуальной собственности и дальнейшее совершенствование их правовой охраны.

Одним из условий, способствующих развитию сферы интеллектуальной собственности, можно назвать обеспечение постоянного развития науки для получения отечественных разработок, которые в дальнейшем могут стать объектами интеллектуальной собственности. Именно на этом вопросе и будет акцентировано внимание в данной статье.

За последние годы экономика Казахстана устойчиво растет, о чем свидетельствуют цифры, приведенные Агентством РК по статистике. Таким образом, рост ВВП страны составил в 2010 году 7,3 %, в 2011 — 7,4 %, в 2012 году — 5 %. Если посмотреть на анализы показателей экономического роста с 1998 по 2012 год свидетельствует о среднем ежегодном увеличении ВВП в 7,8 %. Во многом эти показатели получены вследствие благоприятной конъюнктуры мировых цен на природные ресурсы, а доля сырьевого и нефтегазового сектора в валовой добавленной стоимости отечественной экономики, например, в 2012 году составила 21,5 % и 23,1 % соответственно. Разработка природных ресурсов может дать и дает импульс экономическому

развитию, позволяющему повысить общую конкурентоспособность. Доходы и сверхприбыль, поступающие от продажи углеводородов, направляются на модернизацию экономики и реконструкцию инфраструктуры для расширения масштабов экономической деятельности. В то же время процесс социально-экономического развития приобретает устойчивость лишь в случае инновационных преобразований, перехода к построению экономики, основанной на использовании знаний и выпуске товаров с высокой долей добавленной стоимости. Тем самым, инновации являются главным инструментом в продвижении экономики XXI века.

В нашем мире одним из главных факторов развития экономики является форсированная модернизация и развитие инноваций. Инновация — результат инновационного процесса, т. е. изобретение, доведенное до стадии коммерческого использования и распространяющееся на рынке в виде нового продукта или процесса [3].

Каждое инновационное развитие — это не только основной инновационный процесс, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для его осуществления, т. е. инновационного потенциала. Важную роль в развитии инновационного процесса играет государство. В своем выступлении «Иновационная индустрия науки и знаний — стратегический ресурс Казахстана в XXI веке» Президент страны Нурсултан Назарбаев отметил необходимость развития инновации, отметив, что инновационное развитие является объективной необходимостью для каждой страны [1].

Для оценки инновационного развития рассматривается глобальный инновационный индекс. Глобальный инновационный индекс представляет собой обобщённый показатель для измерения уровня инноваций в стране. По мнению Национальной ассоциации производителей этот показатель считается «крупнейшим и наиболее всеобъемлющим глобальным индексом своего рода» [8].

Международной бизнес-школой INSEAD, Корнельским университетом (Cornell University) и Всемирной организацией интеллектуальной собствен-

ности (World Intellectual Property Organization, WIPO) представлен аналитический доклад «Глобальный индекс инноваций 2013» (Global Innovation Index 2013). Согласно этому рейтингу Казахстан занял 84-ое место в списке из 142 стран, что на 1 позицию ниже, чем 2012 году [2].

Данный индекс рассматривает ключевую роль инноваций в качестве движущей силы экономического роста и процветания и признает необходимость расширенного горизонтального представления инноваций, которые могут использоваться для всех стран, как для развитых, так и для развивающихся экономики.

На данный момент исследование является наиболее полным комплексом показателей инновационного развития по различным странам мира. В 2013 году в исследование были включены 142 страны, которые в совокупности производили 99,5% мирового ВВП и в которых проживает 95 % населения планеты [4].

Составленный из 80 различных параметров, которые подробно характеризуют инновационное развитие всех стран мира, которые находятся на различных уровнях экономического развития, Глобальный индекс инноваций представляет собой соотношение затрат и эффекта, что в свою очередь позволяет дать объективную оценку эффективности по инновационному развитию той или иной страны [5]. Авторы данного исследования считают, что успех экономики связан, как с существованием инновационного потенциала страны, так и условиями для его воплощения. Данные первых десяти мировых стран-лидеров в области инновационного развития за 2013 год существенно не изменился по сравнению с предыдущим годом (Таблица 1).

Таблица 1.

Рейтинг стран мира по индексу инноваций 2013 года [5]

РЕЙТИНГ	СТРАНА	ИНДЕКС
1	Швейцария	66,6
2	Швеция	61,4
3	Великобритания	61,2
4	Нидерланды	61,1
5	Соединенные Штаты Америки	60,3

6	Финляндия	59,5
7	Гонконг	59,4
8	Сингапур	59,4
9	Дания	58,3
10	Ирландия	57,9

Согласно данной таблице показатели США, Нидерландов, Великобритании, Швейцарии и Швеции говорят о том, что эти страны занимают лидирующее положение по всем компонентам ГИ, последовательно попадая в список 25 стран с наилучшими показателями. Соединенное Королевство показывают успешно сбалансированные показатели в области инновационного развития, несмотря на низкий рост производительности труда. Соединенные Штаты, пользуясь преимуществами своей мощной образовательной базы, относительно высоко повысили расходы на разработку программного обеспечения и уровень занятости в наукоемких отраслях и в пятерку лидеров ГИ США входили только лишь в 2009 году, заняв первое место. Далее рассматриваем список стран-лидеров в разбивке по регионам (Таблица 2).

Таблица 2.

Лидеры 2013 года в разбивке по регионам [5]

МЕСТО В РЕГИОНЕ	МЕСТО В ГИ-2013	НАЗВАНИЕ СТРАНЫ
Центральная и Южная Азия		
1	66	Индия
2	84	Казахстан
3	98	Шри-Ланка
Страны Африки к югу от Сахары		
1	53	Маврикий
2	58	ЮАР
3	89	Уганда
Юго-Восточная Азия и Океания		
1	7	Гонконг (Китай)
2	8	Сингапур
3	17	Новая Зеландия
Страны Латинской Америки и Карибского бассейна		
1	39	Коста-Рика
2	46	Чили
3	47	Барбадос
Северная Африка и Западная Азия		
1	14	Израиль
2	27	Кипр

3	38	ОАЭ
Европа		
1	1	Швейцария
2	2	Швеция
3	3	Великобритания
Северная Америка		
1	5	США
2	11	Канада

Согласно приведенной таблице в Центральной и Южной Азии Казахстан занимает 2-е место, что свидетельствует о правильной политике инновационного развития Казахстана.

Среди стран Центральной Азии среди 142 стран позиции таковы: Казахстан – на 84 с 32,7; Кыргызстан — на 117 с 27; Узбекистан — на 133 с 23,9 [6].

По итогам Отчета о глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума 2012—2013 гг., Казахстан занимает 51 место среди 144 стран мира, что выше позиции предыдущего года на 21 пункт. Усовершенствование рейтинга объясняется, главным образом, макроэкономической стабильностью и прогрессом в области технологической готовности. В то же время, по уровню развития инноваций Казахстан занимает 84-е место, и это в свою очередь служит основанием для совершенствования государственной политики и национальных приоритетов.

Первоначально вопросы инновационного развития нашли отражение в Стратегическом плане до 2010 года, затем в Стратегии индустриально-инновационного развития на 2003—2015 годы, Программе по формированию и развитию национальной инновационной системы Республики Казахстан на 2005—2015 годы. Правовое регулирование инновационной деятельности было заложено с принятием в 2006 году Закона «О государственной поддержке инновационной деятельности» [7].

Новый толчок для развития инноваций был дан с началом реализации Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010—2014 годы,

утвержденной Указом Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года № 958 (ГПФИИР на 2010—2014 годы). Были приняты Отраслевая программа по развитию инноваций и содействию технологической модернизации на 2010—2014 годы, Межотраслевой план научно-технологического развития страны до 2020 года. Меры стимулирования инноваций были закреплены в Законе «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности», в 15 сопутствующих законах и 35 подзаконных актах. В 2012 году объем инновационной продукции в Казахстане достаточно вырос и составлял 379005,6 млн. тг. Далее приведем долю инновационной продукции по отношению к ВВП в процентах (Рисунок 1).

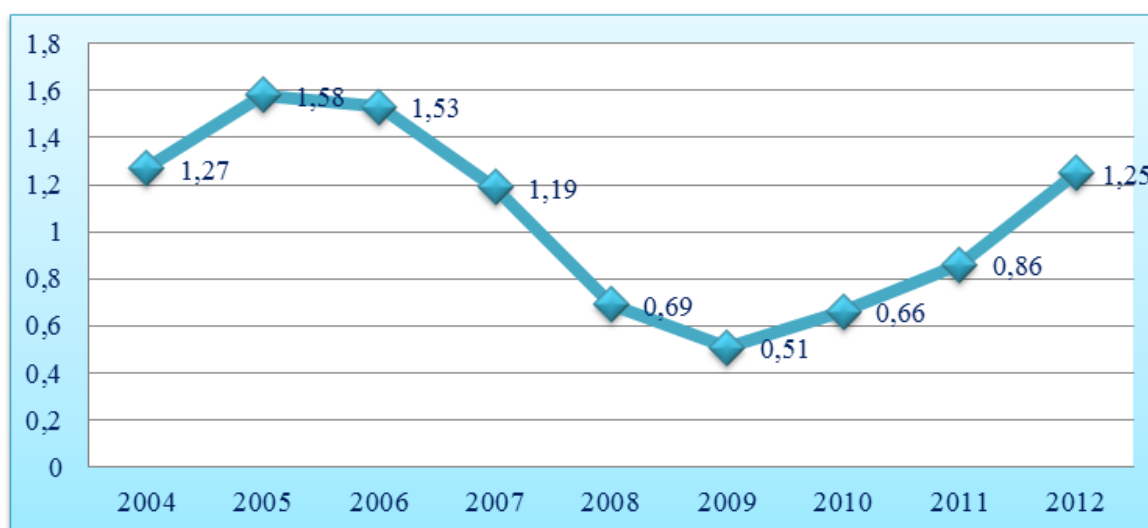


Рисунок 1. Доля инновационной продукции к ВВП за 2004—2012 гг. [7]

Как видно в 2004—2006 гг. доля инновационной продукции по отношению к ВВП (%) увеличилась, а 2006—2009 гг видим спад этой доли и это можно объяснить влиянием глобального финансового кризиса. Доля инновационной продукции в 2012 году достигла первоначального уровня (2004 г.) и составила 1,25 % по отношению к ВВП. Этот показатель в высокотехнологичных странах, как Япония 10—15 раз больше.

По итогам приводимого анализа, в сравнении с технологически развитыми странами мира, инновационная деятельность на промышленных предприятиях Казахстана все еще находится на низком уровне, хотя в динамике изменения

показателей внутри страны прослеживается положительная тенденция роста (Таблица 3).

Таблица 3.

**Основные показатели инновационной деятельности предприятий
за 2009—2012 гг. [7]**

За годы	2009	2010	2011	2012
Количество респондентов, всего	10 096	10 937	10 723	21 452
из них:				
имеющие инновации	399	467	614	1215
уровень активности в области инноваций, %	4	4,3	5,7	5,7
не имеющие инновации	9 697	10 470	10 109	20 240
уровень пассивности в области инноваций, %	96	95,7	94,3	94,3
Количество научно-исследовательских, проектно-конструкторских подразделений	688	723	793	1015

Нужно отметить, что в настоящий момент диверсификация сектора и создание условий для максимальной диверсификации экономики служит как для Казахстана, так и для всех стран постсоветского пространства гарантией устойчивости развития экспорта высокотехнологичного, в противном случае усиливается угроза внешних рисков, которые могут быть вызваны возможными резкими колебаниями мировой конъюнктуры на мировых сырьевых рынках.

На настоящий момент место Казахстана в мировых инновационных процессах не адекватно имеющемуся в стране интеллектуальному и образовательному потенциалу. Одной из причин является тот факт, что инновационный процесс включает в себя стадии разработки, освоения и распространения новой продукции и воспроизводственный цикл создания и внедрения инноваций в начале 90-х. в Казахстане оказался разорванным, а связь между освоением и распространением инноваций так и не сформировалась. Тем самым, Казахстан оказался не готов к массовому освоению и внедрению инновационной продукции.

Для того, чтобы приостановить растущее отставание Казахстана от ведущих стран по уровню инновационной деятельности, необходимо существенно увеличить удельный вес инновационной промышленной продукции и это возможно лишь только при условии успешно функционирующей национальной инновационной системы. И первый шаг в этом направлении состоит в выработке правильной инновационной стратегии, намечающей цели и крупные долгосрочные задачи, а также обеспечивающей средства для их решения. Определенный интерес для этого может представлять изучение подходов к формированию национальных инновационных систем в передовых развитых странах.

Список литературы:

1. Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010—2014 годы, Утвержденная указом Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года № 958.
2. Исследование INSEAD — Глобальный индекс инноваций 2013 года. // Центр гуманитарных технологий. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/07/01/6051> (дата обращения 15.02.2014).
3. Концепция инновационного развития Республики Казахстан до 2020 года, Утвержденная указом Президента Республики Казахстан от 4 июня 2013 года № 579.
4. Официальный сайт Всемирной организаций интеллектуальной собственности — World Intellectual Property Organization, WIPO [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: http://www.wipo.int/econ_stat/en/economics/gii/ (дата обращения 15.02.2014).
5. Официальный сайт Глобальных инновационных индексов — [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=GII-Home> (дата обращения 15.02.2014).
6. Официальный сайт Министерства индустрии и новых технологий РК — [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://www.mint.gov.kz/index.php?id=221&lang=ru> (дата обращения 28.02.2014).
7. Официальный сайт Агенства РК по статистике — [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: http://www.stat.kz/digital/nauka_inov/Pages/default.aspx (дата обращения 28.02.2014).
8. Программа развития инноваций и содействию технологической модернизации в Республике Казахстан за 2010—2014 годы, утвержденная постановлением Правительства Республики Казахстан от 30 ноября 2000 года № 1308.

ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Лабур Елена Александровна

*студент 2 курса, специальность «Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров» БФ РГТЭУ,
РФ, г. Брянск
E-mail laburelena@mail.ru*

Никитина Елена Владимировна

*научный руководитель, преподаватель высшей категории БФ РГТЭУ,
РФ, г. Брянск*

Пищевая отрасль промышленности России объединяет около 30 отраслей, которые характеризуются определенными технологиями изготовления продукции и различной организацией производства. С позиции приоритета национальных интересов главной целью развития данного вида промышленности выступает обеспечение потребности населения страны в высококачественных продуктах питания, поэтому пищевая отрасль промышленности является стратегической отраслью государства [5].

Хлебопекарная промышленность выступает одной из ведущих пищевых отраслей агропромышленного комплекса и выполняет задачу по выработке продукции первой необходимости, а также обеспечивает около 10 % выручки всей пищевой промышленности. В 2013 г. объем розничного рынка реализации хлебобулочных изделий составил свыше 500 млрд. руб. По этим данным производство хлеба занимает 4-е место среди продовольственных товаров после мясных продуктов, молочной продукции и кондитерских изделий.

Хлеб является важнейшим продуктом питания для большинства россиян, в связи с чем на продовольственном рынке страны постоянно растет количество хлебопекарных предприятий, и, как следствие, растет конкуренция в данном секторе пищевой индустрии.

Хлебопекарная промышленность представлена большим количеством хозяйствующих субъектов, различных по потенциалу, объемам и ассортименту выпускаемой продукции, финансовым составляющим и др. [1, с. 12].

В настоящее время в России функционирует более 10 тыс. пекарен и хлебозаводов. Однако в связи с увеличением цен на сырье, продолжающимся ростом тарифов на энергоносители (18—25 % в год), износом оборудования и использованием низкотехнологических систем производства, растут индивидуальные издержки предприятий. Как следствие, происходит частичное снижение производительности труда, недостаточно эффективное использование сырьевых, человеческих, временных, финансовых, энергетических и других ресурсов.

Рентабельность многих хлебопекарных предприятий на текущий момент имеет очень низкие показатели. Так, среднегодовая рентабельность хлебопекарной промышленности в 2012 г. составила 3 %, в 2013 г. она не превысила значения 5 %, что недостаточно для конкурентоспособного хозяйствования и ставит под угрозу дальнейшее развитие отрасли.

По словам экспертов, российское хлебопечение — это на 98 % средний и малый бизнес, причем на 80 % предприятий работает от 15 до 100 человек [7].

Уровень конкуренции на хлебопекарном рынке, по оценкам специалистов, невысок, если исходить из соотношения количества субъектов хлебопечения на количество жителей. Важно отметить, что если в крупных городах ситуация с хлебом довольно хорошая, то маленькие поселки испытывают недостаток хлеба, поэтому эксперты считают, что сегмент хлебопечения имеет огромный потенциал для роста.

Хлебопекарная промышленность — одна из наиболее трудоемких отраслей пищевой промышленности. Для выработки 7 млн. т хлеба ежегодно перерабатывается 5,5 млн. т муки, используются значительные объемы других сырьевых ресурсов, электроэнергии и газа [3].

За этими цифрами стоит, прежде всего, труд 300 тыс. рабочих и специалистов, 80 % из которых — женщины. Сочетаются ли условия их работы с теми задачами, которые мы ставим перед собой? Если считать кадровый потенциал хлебопечения высшей ценностью, то, безусловно, — да. Однако на данный момент уровень ручного труда в хлебопекарной

промышленности составляет 50 %, а на некоторых участках — 100 % и не отличается от ручных операций 20—30-х годов XX века. Причинами выступают и нехватка средств для покупки техники, и отсутствие самого оборудования отечественного производства.

В России на сегодняшний момент автоматические технологические системы с высокой степенью производственной диверсификации для производства хлебобулочных изделий не выпускаются вообще. За границей такие линии, разумеется, есть.

В результате, для производства 1 т хлебобулочной продукции 7—10 наименований на зарубежном оборудовании заняты 3 человека, у нас — 6—8 при более высоком расходе топлива и электроэнергии. Развитие хлебопекарной промышленности должно опираться на инновации, которые дают российским фирмам конкурентные преимущества. Отрасль остро нуждается в развитии науки, внедрении достижений научно-технического прогресса, разработок машиностроения, современном менеджменте. Необходимым условием успешной интеграции российских предприятий в международное экономическое пространство является активное использование мирового опыта и новейших научных разработок. Последние достижения отрасли были представлены на выставке «Современное хлебопечение», при этом безусловным открытием 2012 г. стала инновационная разработка корпорации «Союз» — эквиваленты масла-какао [6].

Российский эквивалент масла-какао является абсолютной новинкой, поскольку до настоящего времени ни одному отечественному предприятию произвести эквивалент не удалось. Помимо корпорации «Союз» в его создании приняли участие также зарубежные специалисты, используя в производственном процессе передовые и уникальные пищевые технологии.

Эквивалент масла-какао разработан в качестве высокотехнологичной замены какао-масла и открывает новые возможности для расширения ассортимента и повышения экономической эффективности кондитерских изделий. Продукт изготавливается из редких видов натуральных растительных

масел и обладает характеристиками лучших сортов какао-масла. Изобретение данного эквивалента призвано снять зависимость хлебопекарных предприятий от импортного сырья и реализовать имеющийся в стране потенциал для роста производства шоколадных изделий, повысив их конкурентоспособность на мировом рынке.

Данная инновация позволяет решить один из ключевых вопросов, возникающих в ходе участия России в ВТО, — повышение безопасности выпускаемой продукции. Эта проблема звучит особенно остро, в первую очередь, из-за наличия в отечественных кондитерских и хлебобулочных изделиях транс-изомеров. Запрещенные к использованию в развитых странах мира, транс-изомеры жирных кислот остаются самым актуальным вопросом безопасности продуктов питания в России, снять который, возможно, лишь отказавшись от морально устаревших ингредиентов [4].

Таким образом, активное использование имеющихся в стране разработок является естественным подходом стратегически мыслящих предприятий и залогом успешного развития отрасли и адаптации российских кондитеров и хлебопеков к меняющимся рыночным условиям.

Однако в настоящее время развитие хлебопекарной отрасли России сопряжено с наличием ряда объективных и субъективных проблем. На протяжении 2007—2012 гг. наблюдается тенденция снижения объемов производства хлебобулочных изделий на 1,5—3 % ежегодно, что отражено в таблице 1. Это происходит по следующим причинам: финансовое положение многих предприятий остается нестабильным, рентабельность отрасли не превышает 2,5—3 %, уровень средней заработной платы на 25 %—30 % ниже среднего по экономике, отсутствует региональная инфраструктура хлебопечения. Кроме того, хлебопекарные предприятия не относятся к сельскохозяйственным товаропроизводителям и на них не распространяются меры государственной поддержки [3].

Таблица 1.**Объемы производства хлебобулочных изделий в России, т**

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Хлеб и хлебобулочные изделия	7758883	7483276	7212657	7144214	7049112	6891724

В таблице 2 представлена величина производства продукции хлебопекарной промышленности за 2010—2011 гг.

Таблица 2.**Объемы производства хлебобулочных изделий по отдельным ассортиментным группам, т**

Наименование ассортиментной группы хлебобулочных изделий	2010 г.	2011 г.	%
Хлеб и хлебобулочные изделия, всего	7144214	7049112	98,67
Хлеб и хлебобулочные изделия из муки ржаной и ржано-пшеничной, всего	2342279	2327162	99,35
Изделия хлебобулочные из пшеничной муки, в т. ч.:	3378217	3384296	100,18
пшеничной муки высшего сорта	1680883	1718977	102,27
пшеничной муки 1-го сорта	1669888	1469493	88,00
пшеничной муки 2-го сорта	148438	142843	96,23
пшеничной муки с добавлением зернопродуктов	17088	22810	133,49
Изделия хлебобулочные сдобные	327751	345712	105,48
Пироги, пирожки и пончики	56581	60041	106,11
Изделия хлебобулочные диетические и изделия для детей	102900	101594	98,73
Изделия сухарные, гренки	98395	101537	103,19
Изделия бараночные (бублики, баранки, сушки)	104699	105733	100,99
Хлебцы хрустящие выпеченные	7171	7496	104,54
Полуфабрикаты хлебобулочные	34475	35649	103,41
Хлебобулочные изделия прочие	691747	579892	83,83

В соответствии с данными, представленными в таблице 2, видно, что основную долю в производстве (около 80 %) составляют массовые сорта хлеба с малой добавленной стоимостью. Кроме того наблюдается недостаточное производство диетических хлебобулочных изделий при наметившейся тенденции к его падению.

Изменения рациона питания и запросов потребителей вносят свои коррективы в структуру ассортимента и качество хлеба и хлебобулочных

изделий. Несмотря на то, что отечественные хлебопекарные предприятия могут предложить покупателям широкий ассортимент продукции (свыше 700 наименований), новинки в отрасли не превышают 5 % от общего объема. Поэтому одной из перспективных задач развития хлебопекарной отрасли является расширение ассортимента хлеба и хлебобулочных изделий путем освоения новых технологий и рецептур. В целях совершенствования ассортимента хлебобулочной продукции необходимо отслеживать изменение потребностей населения с целью их более полного удовлетворения.

Потребители особое внимание уделяют качеству хлебобулочных изделий. Повышение качества продукции зависит от мер, предпринимаемых для повышения сохранности, усиления контроля технологических процессов, внедрения новых и совершенствования традиционных технологий, обеспечения герметизации упаковки, использования современных экологически безопасных упаковочных материалов и т. д.

Необходимо вводить жесткие требования, чтобы в продаже не появлялся хлеб серого цвета с добавками, изготовленный в антисанитарных условиях. В связи с этим необходимо ускорить принятие технического регламента Таможенного Союза «О безопасности муки» [2].

Отсутствие необходимого государственного контроля за качеством зерна привело к использованию фуражного зерна для получения хлебопекарной муки с применением улучшителей — различных добавок химической природы. Выпекаемый из такой муки хлеб способен нанести непоправимый вред здоровью потребителей из-за наличия в нем вредных химических веществ, остаточных элементов от применения средств защиты растений, микробиологических загрязнителей и других вредных примесей, которые накапливаются в организме и приводят к тяжелым заболеваниям.

По словам заместителя председателя комитета Госдумы по аграрным вопросам Надежды Школкиной, государственная поддержка по развитию хлебопекарной отрасли в настоящий момент является недостаточной. Так, единственной мерой государственной поддержки отрасли, предусмот-

ренной Государственной программой развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013—2020 гг., является субсидирование процентной ставки по кредитам коммерческих банков на инвестиционные цели, что является недостаточным.

В связи с этим для создания высококачественных сортов хлебобулочных изделий разного целевого назначения следует уделить большее внимание научным исследованиям молекулярно-генетических основ клейковинного комплекса зерна, разработать систему прогнозирования, оценки и управления качеством во всей технологической цепочке: семена-зерно-мука-хлеб. Для разрешения этой проблемы целесообразно объединить усилия ученых, экспертов, селекционеров, производителей и переработчиков зерна, представителей профессиональных объединений и государственных органов контроля качества [2].

Вступление России в ВТО повысило требования к конкурентоспособности отечественных хлебопекарных предприятий, в связи с чем стране необходима комплексная модернизация в отрасли хлебопечения. Переход к устойчивому экономическому росту во всех сферах промышленности и сельскохозяйственного производства возможен лишь при условии создания полноценной инновационной системы, все составные части которой — наука, инновации и новые технологии должны находиться в тесном взаимодействии между собой и активно поддерживаться государством на законодательном уровне.

Комплексная модернизация предполагает:

- создание нового механизма финансирования и привлечения инвестиций;
- усовершенствование ассортимента;
- улучшение уровня организации всех элементов системы управления, включая экономику, логистику, маркетинг;
- постоянное повышение квалификации кадров;
- повышение уровня экологической безопасности хлебопекарных предприятий.

Эти условия будут создавать российским производителям определенные конкурентные преимущества на внутреннем и зарубежных агропродовольственных рынках.

Список литературы:

1. Ковалев В.С. Стратегия повышения эффективности управления предприятиями пищевой промышленности: учеб. пособие. М.: АгроНИИТЭИПП, 2013. — 27 с.
2. Квасова С.А. Повышение эффективности отечественных предприятий хлебопекарной промышленности и влияние ВТО // Управление экономическими системами. — 2013. — № 12. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.uecs.ru> (дата обращения 10.03.2014).
3. Морозов Н.Г. Современное состояние хлебопекарной промышленности России // Молодой ученый. — 2008. — № 1. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.moluch.ru> (дата обращения 10.03.2014).
4. Прокофьев В.Е. Анализ рынка хлебобулочных изделий // Пищевая промышленность. — 2012. — № 5. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.foodprom.ru> (дата обращения 10.03.2014).
5. Стратегия и управление [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.strategplann.ru> (дата обращения 10.03.2014).
6. Хлебопёк [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.hleborek.by> (дата обращения 10.03.2014).
7. Экспосфера [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.exposfera.com> (дата обращения 10.03.2014).

К ВОПРОСУ О РОЛИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ

Лайко Наталья Валерьевна

*студент 2 курса, кафедра Государственного и муниципального управления,
филиал в городе Пятигорске «СКФУ»,
РФ, г. Пятигорск
E-mail: gmu-skfu-pyatigorsk@mail.ru*

Ступникова Оксана Емельяновна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры
Государственного и муниципального управления, филиал в городе Пятигорске
«СКФУ»,
РФ, г. Пятигорск*

В соответствии с Конституцией РФ 1993 г. в стране функционирует структура государственного устройства России, кардинально отличающаяся от жестко централизованного государства: на политическую сцену страны выведены три участника российской власти — федеральный центр, субъекты Федерации (государственный уровень управления) и муниципалитеты; социально-экономической базой развития последних является местное самоуправление населения (негосударственный уровень управления).

Из теории местного самоуправления вытекает самостоятельное управление своей территорией населением под свою ответственность для выявления и удовлетворения потребностей жителей данного муниципального образования [1, с. 90].

Оценивая работу местных органов, можно отметить, что муниципальные образования только начинают осуществлять самостоятельную и под свою ответственность деятельность по решению вопросов местного значения.

А так как одним из условий успешного осуществления демократических преобразований округа является местное самоуправление, то его развитие имеет не только политическое, но также социальное и экономическое значение. Поэтому вопрос об особенностях развития местного самоуправления в настоящее время является актуальным.

Действующая Конституция РФ и федеральное законодательство предусматривает право ведения самостоятельной хозяйственной деятельности органов местного самоуправления, включая право на «достаточные собственные ресурсы», подкрепленные механизмом «бюджетной автономии», как право свободно распоряжаться финансовыми средствами при осуществлении своей компетенции, право налоговой инициативы, а также право на создание любых предприятий и организаций, в том числе финансово-кредитных [3, с. 3].

Эти законодательные нормы наряду с другими открывают возможности социально-экономического саморазвития территорий на основе эффективного использования местного потенциала — экономических, социальных, культурных, трудовых, финансовых ресурсов. Местные особенности структуры, степень развитости муниципального хозяйства и финансовые возможности муниципалитетов объективно определяют разнообразие организационных форм местного самоуправления, как и территориальных типов муниципальных образований, что соответствует федеральному законодательству. Только в такой правовой ситуации и может реализовываться местное самоуправление как признаваемая и гарантируемая Конституцией РФ самостоятельная и под свою ответственность деятельность населения по решению непосредственно или через органы местного самоуправления вопросов местного значения, исходя из интересов населения, его исторических и иных местных традиций.

Опыт земского самоуправления в России, как и общемировой опыт, убедительно доказали, что институты самоуправления являются наиболее эффективным инструментом решения местных проблем, стимулирования процессов экономического и социально-культурного саморазвития муниципалитетов на основе задействования их собственного потенциала как материального, так и социальных и культурных ресурсов [2, с. 23]. Поэтому местное самоуправление в России начинает активную деятельность в решении

вопросов, прежде всего, в области инфраструктуры, недвижимого имущества, бытового обслуживания, ритуальных услуг.

Необходимо отметить, что в настоящее время наблюдается устойчивое двух ключевых элементов территориального управления: стремления управлять в рамках вертикали государственных исполнительных органов, охватывающей все уровни управления сверху донизу, и подогнанного под нее административно-территориального деления страны [1, с. 92]. В настоящее время ни федеральными властями, ни властями субъектов Федерации социально-экономический потенциал местного самоуправления в расчет не принимается. Общеизвестно, что деятельность муниципалитетов имеет ряд преимуществ, среди которых:

- доступ к информации о местном потенциале и его задействование на основе заинтересованности и возможностей хозяйственной самоорганизации граждан;

- активизация предпринимательства граждан муниципалитета в малом предпринимательстве;

- более эффективная деятельность предприятий, ориентированных на решение местных проблем при поддержке муниципалитета;

- более осторожное и рациональное хозяйствование по сравнению с отраслевыми структурами государственных ведомств;

- развитие муниципального хозяйства и системы рыночной инфраструктуры на межмуниципальной основе посредством создания неадминистративных ассоциаций соседних муниципалитетов для решения общих социально-экономических проблем или снятия негативных последствий деятельности того или иного соседнего муниципалитета.

- формирование взаимовыгодных горизонтальных и вертикальных внутренних и внешних связей, обеспечивающих возможность эффективной мобилизации всего комплекса местных ресурсов, в том числе экономического, социального, культурного потенциала как отдельных населенных мест, прежде всего крупных городов, так и интегрированных сельско-городских

расселенческих систем, составляющих территориально-поселенческую основу муниципалитетов;

- реализации «инвестиционных способностей» муниципалитетов, что доказала общемировая практика муниципального хозяйствования (например, в Польше, начиная с 1994 г., органы местного самоуправления (гмины) оказались более крупными инвесторами, чем госбюджет) [2, с. 24];

- более эффективного управления той частью доходов государства, которая передается на муниципальный уровень, а также улучшения управления деньгами «своих» налогоплательщиков;

- реальное преимущество в формировании полноценных локальных рынков капитала, труда, товаров, услуг, недвижимости и т. д.

Полагаем, для обеспечения финансово бюджетной автономии муниципальных образований и повышения эффективности муниципальной деятельности необходимо формирование и соблюдение базовых принципов функционирования бюджетно-налоговой системы, а также рассмотрение вопроса о возможности введения на муниципальном уровне права налоговой инициативы с целью развития налогового потенциала территории, расширение налогооблагаемой базы. Все это будет способствовать дальнейшему саморазвитию местного самоуправления для решения социальных проблем.

Однако, в настоящее время, Правительство РФ, его финансово-экономические ведомства и Федеральное Собрание, не осознают или просто не хотят использовать местное самоуправление как инструмент хозяйствования [2, с. 21].

Очевидно, что излишняя концентрация функций и задач местных сообществ на федеральном уровне приводит к излишней «текучке», не дает возможности решать приоритетные общегосударственные задачи, снижает эффективность государственного управления в целом.

Итак, местное самоуправление выступает основой для выявления реализации потребностей населения. Поэтому, для качественного выполнения

местным самоуправлением своих функций и задач необходимо эффективнее использовать местный потенциал.

Список литературы:

1. Захаров И.В. Институт вопросов местного значения: проблемы теории и практики // Российский юридический журнал. — 2011. — № 6. — С. 88—93.
2. Тепляшин И.В. Место и роль органов местного самоуправления в эффективной деятельности государственного механизма современной России // Государственная власть и местное самоуправление. — 2011. — № 12. — С. 21—24.
3. Шайхразиев В.Г. О понятии функций местного самоуправления // Государственная власть и местное самоуправление. — 2012. — № 12. — С. 3—5.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ БАНКИ: ПОНЯТИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

Прилуцкая Марина Николаевна

*студент 4 курса, кафедра финансов, кредита и налогообложения КГУ,
РФ, г. Курск
E-mail: pifonova@mail.ru*

Артемов Владимир Александрович

*канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой финансов, кредита и налогообложения
КГУ,
РФ, г. Курск*

В «Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года» говорится о том, что территориальное распределение банковских услуг в Российской Федерации продолжает носить неоднородный характер. В некоторых регионах предложение банковских услуг существенно отстает от спроса. Кроме того, продвижение банковских услуг в регионы в ряде случаев требует дополнительной капитализации кредитных организаций.

В результате в Российской Федерации есть группы населения и предпринимателей, у которых возможности получения банковских продуктов и услуг, в том числе привлечения банковских кредитов, существенно ограничены. В основном это население сельских и отдаленных регионов, малообеспеченные слои населения и мелкий бизнес. Такое обстоятельство сдерживает развитие малого и индивидуального предпринимательства в регионах Российской Федерации и тормозит сглаживание региональных диспропорций, в том числе в уровне жизни населения [6].

Решению данной проблемы может помочь развитие региональных банков, роль которых в развитии финансово-кредитной системе отдельно взятого региона невозможно переоценить — именно им принадлежит ключевая роль в аккумулировании финансовых ресурсов.

Для характеристики регионального банка для начала определим, что является критерием для выделения данного понятия. В России отсутствует законодательно принятое определение «региональный банк». Традиционно при

проведении исследований к ним относят кредитные организации, зарегистрированные на территории субъекта РФ. При этом руководствуются тем, что статистическая информация в региональном разрезе собирается по субъектам Федерации. В зарубежной практике региональными считаются те кредитные организации, деятельность которых ограничена определенной территорией (штатом, землей, областью).

В отечественной науке рассматриваются различные признаки отнесения банка к группе региональных. С точки зрения некоторых авторов, региональный банк создается и функционирует в регионе и не распространяет своего влияния на Москву и Московский регион. Однако под такую характеристику попадают и государственные, и крупные федеральные, и дочерние иностранные банки.

Ряд рейтинговых агентств, выделяя региональные банки в отдельную группу, исходит из различных показателей деятельности: величины собственного капитала, уровня капитализации, объема валюты баланса и т. д. По нашему мнению, такой признак не может служить сущностной характеристикой, он отражает лишь количественные результаты деятельности российской банковской системы.

Существуют и другие критерии, например, контрольный пакет акций банка у местных властей, что предопределяет сферу деятельности регионального банка, его роль и специфику. На наш взгляд, и этот признак регионального банка не является определяющим, поскольку участие органов государственной власти муниципального образования или субъекта Российской Федерации может осуществляться и в банках других регионов или столичных банках, которые не имеют отношения к экономике конкретного региона.

Таким образом существует много подходов, однако каждый из них неоднозначный и потому спорный. По нашему мнению, необходимы дополнительные характеристики регионального банка, позволяющие выделить его из прочих кредитных организаций, функционирующих на региональном рынке:

- корни формирования собственного капитала банка находятся в регионе;
- пассивы формируются в основном за счет средств населения и юридических лиц региона;

- банковские услуги реализуются на рынке региона;
- независимость от финансовых ресурсов банков других регионов.

Итак, сформулируем определение регионального банка — это организация, осуществляющая специализированные финансово-посреднические операции на территории региона с целью развития его экономики и зависящая от финансового состояния юридических и физических лиц данного региона [5, с. 26—29].

Рассмотрим некоторые проблемы региональных банков в России.

На наш взгляд, одной из угроз их деятельности является постоянно ужесточающиеся требования по минимальному размеру капитала. Этот процесс начался с требования повышения капитала до 90 млн. руб. С 1 января 2010 года, с 1 января 2012 года — не ниже 180 млн. рублей и, наконец, с 1 января 2015 года — не менее 300 млн. рублей. Правительство и Центральный банк рассмотрят возможность новых требований к размеру капитала кредитных организаций на уровне 250—500 млн. руб. Цель повышения — укрепление банковской системы, пресечение использования банковской лицензии для проведения сомнительных операций. Но позволит ли это решить указанные проблемы и какие минусы в результате можно получить?

По данным Центробанка, в настоящее время на рынке работает 314 банков с капиталом менее 300 млн. рублей, около трети всех этих банков — региональные банки. Возможно, этим банкам удастся повысить свой капитал и остаться универсальными, но также не исключено, что в дальнейшем требования к капиталу повысятся до 1 млрд. рублей.

Эксперты опасаются, такое сильное повышение требований к минимальному капиталу приведет к уходу с рынка небольших региональных банков, играющие важную роль.

По словам директора департамента лицензирования деятельности и финансового оздоровления кредитных организаций ЦБ Михаила Сухова, в ноябре 2012 года до уровня 300 млн. рублей не дотягивали 319 банков, им для докапитализации требовалось порядка 33 млрд. рублей.

В январе 2012 года в России насчитывалось лишь 299 банков с капиталом более 1 млрд. рублей, то есть лишь 30,6 % от их общего количества. В марте 2012 года их стало уже 309. Что касается вновь создаваемых банков, то размер капитала для них с 2012 году установлен на уровне 300 млн. рублей, а с 2015 года этому требованию должны соответствовать все российские банки [4].

Такие изменения уже дают свои плоды. Так, В 2014 году количество действующих региональных кредитных организаций сократилось на 40 — до 915 (по состоянию на 01.02.2014). Как видно из таблицы 1, тенденция к сокращению кредитных организаций наблюдается за весь рассматриваемый период. С 2010 по 2014 годы число кредитных организаций в регионах сократилось на 10,5 % с 1023 — до 915 соответственно, т. е. более 100 банков закрылись всего за 5 лет [3].

Что касается распределения банков по регионам, то наибольшая доля банков приходится на Центральный федеральный округ — 59,3 % на 01.02.2014. причем из года в год доля данного региона лишь возрастает. В то время как доля кредитных организаций в других регионах незначительна и в большинстве регионов сокращается из года в год. Так, Из таблицы видно, что основное количество банков зарегистрировано в европейской части страны, и очень мало региональных банков за Уралом. Особо обращает на себя внимание незначительное количество региональных коммерческих банков на территории огромных по площади Дальневосточного, Северного и Уральского Федеральных округов, которое к тому же существенно снизилось за анализируемый период. Данное обстоятельство свидетельствует о неравномерном развитии региональной банковской системы.

Таблица 1.

Распределение банковских организаций по регионам России

Федеральный округ	01.02.2010		01.02.2011		01.02.2012		01.02.2013		01.02.2014	
	число банков	% к итогу	число банков	% к итогу	число банков	% к итогу	число банков	% к итогу	число банков	% к итогу
Центральный В т.ч. Москва и Московская область	591	57,8	585	57,8	571	58,5	565	59,2	543	59,3
	531	51,9	525	51,9	510	52,3	507	53,1	495	54,1
Северо-западный	71	6,9	71	7,0	69	7,1	70	7,3	70	7,7
Южный	48	4,7	47	4,6	46	4,7	46	4,8	46	5,0
Северо-кавказский	58	5,7	57	5,6	55	5,6	49	5,1	42	4,6
Приволжский	118	11,5	118	11,7	110	11,3	106	11,1	102	11,1
Уральский	53	5,2	51	5,0	45	4,6	44	4,6	41	4,5
Сибирский	57	5,6	56	5,5	54	5,5	52	5,4	49	5,4
Дальневосточный	27	2,6	27	2,7	26	2,7	23	2,4	22	2,4
Российская Федерация	1023	100	1012	100	976	100	955	100	915	100

Обратимся к анализу зарубежного опыта. В России отношение активов банковского сектора к ВВП составляет 76 %, тогда как, например, в Евросоюзе — около 300 %. Совокупный капитал российских банков составляет около 10 % ВВП, а в Бразилии, Австрии — более 30 %. Действительно, капитализация российского банковского сектора еще достаточно низкая, однако в других странах банки наращивали свои капиталы столетиями [2, с. 12—16].

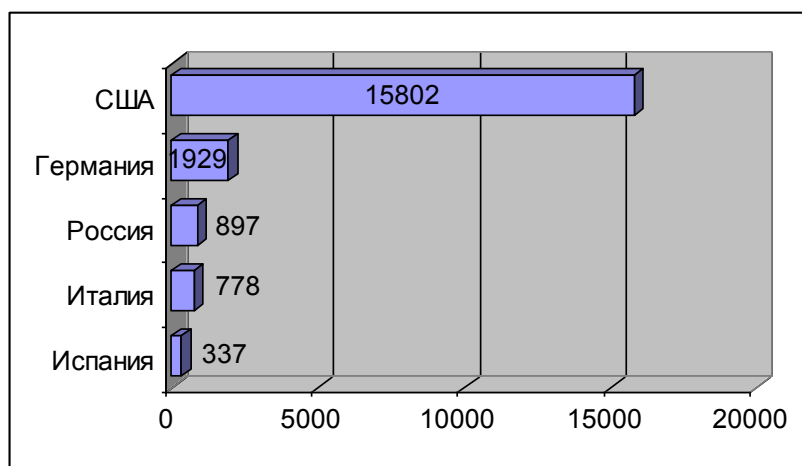


Рисунок 1. Количество банков в ряде стран

При этом в России на долю первых 20 банков приходится 70 % активов. Высокая рыночная доля крупных банков характерна большинству многих других стран, но в большинстве из них конкуренция не повышается путем административного сокращения участников рынка. Об этом свидетельствует большое количество кредитных институтов в этих странах. Так, в США — 15 802 банков, в Германии — 1929, в Италии — 778 (рис. 1).

Для России, на наш взгляд, проблема заключается не в количестве банков, а в их качестве. То, что банк крупный или малый, это не равнозначно «качественный» или «некачественный». Концентрация и централизация капитала, укрепление и возможное сокращение количества кредитных организаций — процесс неизбежный, конкуренция в банковском секторе со временем только усилится. Но этот процесс должен идти по экономическим законам, а не с помощью административных мер.

Уход с рынка региональных кредитных организаций сократит потенциал расширения банковских продуктов и услуг в регионах и не послужит повышению устойчивости банковского сектора.

А ведь преимущества небольших региональных банков — лучшее знание и понимание потребностей региона, налаженные контакты с региональными и муниципальными организациями, возможность усилить свое присутствие на рынке среднего и малого бизнеса [1, с. 28—31].

Таким образом, основным принципом модернизации банковской системы должно быть не административное приведение капитала банков к каким-то количественным критериям, а повышение их финансовой устойчивости. Сохранение всех подтверждающих свою финансовую состоятельность банков, занимающих определенный рыночный сегмент, обеспечит конкуренцию на финансовом рынке, повысит доступность и качество предоставляемых банковских услуг, будет способствовать повышению эффективности экономики.

Список литературы:

1. Белоглазова Г.Н. Стратегия развития регионального сегмента банковской системы / Г.Н. Белоглазова // Банковское дело. М., — 2011. — № 2. — с. 28—31.
2. Войлунов А.А. Перспективы развития региональных кредитных организаций / А.А. Войлунов // Деньги и кредит. М., — 2012. — № 11. — с. 12—16.
3. Официальный сайт Центрального Банка РФ. Региональный раздел. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru/regions/> (дата обращения 27.02.2014).
4. Официальный сайт РБК. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rbc.ru> (дата обращения 27.02.2014).
5. Рыкова И.Н. Сущность, виды и основные функции региональных банков / И.Н. Рыкова, Е.В. Андреева // Банковское дело. М.: — 2011. — № 6. — с. 26—29.
6. Стратегия развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения 27.02.2014).

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ

Роот Яна Александровна

Мирзоян Артем Исаакович

студенты 1 курса, Страхование дело (по отраслям)

КФЭК-филиала Финуниверситета,

РФ, г. Красноярск

E-mail: elena.tchurackova@yandex.ru

Чуракова Елена Анатольевна

научный руководитель, преподаватель КФЭК-филиала Финуниверситета,

РФ, г. Красноярск

Последнее время в нашу жизнь стремительно ворвались информационные технологии и Интернет. В 2013 году ежемесячно 66 миллионов человек пользовались услугами Интернета [4]. Интернет-продажи завоевывают все большее внимание у российских потребителей. Российский рынок онлайн-торговли активно развивается, набирая обороты с каждым годом. В 2013 году — около 30 миллионов россиян приобрели товары и услуги через Интернет [4]. Наиболее востребованными оказались товары. Интернет-услуги страхования востребованы гораздо меньше в нашем материальном мире. Есть прогнозы, что в дальнейшем интернет-страхование станет также достаточно востребованным для потребителя.

Интернет-страхование — это договорные отношения между страховой компанией и клиентом, возникающие при продаже страхового продукта и его обслуживания с помощью сети Интернет.

Можно выделить следующие модели сайтов страховых компаний в Интернете:

1. Визитная карточка компании (небольшой сайт-визитка: название, контактная информация, предлагаемые услуги);
2. Виртуальное представительство (название, контактная информация, предлагаемые услуги, история развития компании, финансовая отчетность, политика перестрахования);

3. Интернет-магазин (можно приобрести on-line страховые продукты в защищенном режиме, оплатив покупку через платежную Интернет-систему).

4. Виртуальный офис (на сайте представлена информация о финансовом состоянии компании; о страховых услугах; расчет величины страховой премии и определение условий ее выплаты для каждого вида страхования; заполнение формы заявления на страхование; заказ и оплата полиса страхования при помощи платежной системы непосредственно через Интернет; передача полиса, заверенного электронно-цифровой подписью страховщика, клиенту по сети Интернет; возможность информационного обмена между страхователем и страховщиком во время действия договора (личный кабинет); информационный обмен между сторонами при наступлении страхового случая; страховая выплата страхователю при наступлении страхового события через сеть Интернет).

Купит страховый полис через Интернет можно тремя способами:

1. Интернет-заявка (через сайт страховой компании клиент заполняет форму своими данными, к клиенту выезжает специалист, либо клиенту предлагают приехать в офис компании для заключения договора, оплата полиса наличными).

2. Интернет-платеж (через сайт страховой компании клиент заполняет форму своими данными, оплата полиса происходит через интернет при помощи платежной системы, чаще это только держатели карт Visa International, Eurocard/Mastercard, доставка готового полиса курьером, экспресс почтой либо предоставление возможности самостоятельно забрать договор в офисе продаж).

3. Он-лайн продажа полиса (через сайт страховой компании клиент заполняет форму своими данными, оплата происходит через интернет, полис пересылается через интернет с электронной подписью, распечатка полиса).

После приобретения страхового полиса через Интернет, страхователю можно предложить постпродажное обслуживание через личный кабинет или по электронной почте (статус договора страхования, электронное напоминание о необходимости осуществить очередной взнос или пролонгацию

договора, новости компании, новинки, информационный обмен между сторонами при наступлении страхового случая, оплата очередного страхового взноса через сеть Интернет, а в случае наступления страхового случая осуществление страховой выплаты).

Российский рынок интернет страхования развит еще очень плохо. Хотя сайты большинства российских страховых компаний сделаны достаточно хорошо. Но сами страховщики еще не очень доверяют интернет-продажам, боятся мошенничества.

Купить он-лайн можно далеко не все страховые продукты, а только те, которые не требуют предварительной оценки страхового агента или полный пакет рисков, что для страхователя не выгодно.

Помимо этого существует еще один нюанс: страховка начнет действовать с того момента, когда на страховых документах появится личная подпись страховщика и страхователя. В действующем законодательстве уже принят закон об электронной подписи (ст. 2 Федерального Закона от 06.04.2011 «Об электронной подписи» № 63-ФЗ), но, к сожалению, он медленно внедряется на практике, так как не каждый человек захочет приобрести свою собственную электронно-цифровую подпись, заплатив за нее примерно от 2 до 20 тыс. руб., также тут немалую роль играет недоверие потребителя из-за боязни мошенничества.

Платежная система Интернета — это система проведения расчетов между организациями и потенциальными клиентами в процессе покупки или продажи товаров и услуг через сеть Интернет. Платежные системы делятся на два вида: дебетовые (работающие с электронными чеками и цифровой наличностью); кредитные (работающие с кредитными карточками). Примеры платежных систем: CyberPlat, Assist, WebMoney, PayCash, Рапида, Яндекс.Деньги.

Преимущества Интернет-страхования — это большой охват потенциальных клиентов, расширяется география, территория; нет ограничения по времени, в любое время суток; экономия личного времени; снижение

издержек, например на аренду помещения, комиссионное вознаграждение и т. д.

Минусы: ограниченный набор продуктов, неуверенность в безопасности данных от несанкционированного доступа, как страхователя, так и страховщика.

Разберем причины медленного продвижения интернет-страхования:

1. еще не во всех регионах России есть Интернет;
2. несовершенство системы онлайн-платежей;
3. медленное внедрение ЭЦП — низкая психологическая готовность потребителей, также не отработаны механизмы использования ЭЦП, есть проблемы с лицензированными сертификационными центрами, которые должны закреплять за гражданином право на электронную подпись.
4. финансовые затраты страховщиков на создание и ведение сайта;
5. нехватка грамотных специалистов в страховых компаниях, одновременно разбирающихся в вопросах страхования и информационных технологий.
6. необходимость постоянного тестирования сайта на удобство навигации, расчетов, работы с клиентами.

Бесспорно, у Интернет-страхования большие перспективы. На развитие Интернет-страхования положительно повлияло бы и внедрение электронно-цифровых подписей среди всего населения.

Электронно-цифровая подпись (ЭЦП) — электронный аналог собственноручной подписи — используемый в системах электронного документооборота для придания электронному документу юридической силы, равной бумажному документу, подписанного собственноручной подписью правомочного лица и/или скрепленного печатью. Документ (файл), подписанный ЭЦП, гарантированно защищен от изменений — проверка подписи мгновенно выявит расхождение. ЭЦП обеспечивает проверку целостности документов, конфиденциальность, установление лица, отправившего документ.

Электронно-цифровая подпись формируется путем криптографического преобразования информации и специального программного обеспечения при помощи закрытого ключа. Данная программа гарантирует достоверность документов. При любом изменении исходного документа ЭЦП становится недействительной. Электронную подпись можно хранить на компьютере, флешке или рутокене (usb-средство аутентификации с дополнительной защитой доступа к ключам). Для того, чтобы электронная подпись работала, на компьютере должно быть установлено специальное криптографическое программное обеспечение.

Весной 2014 года ожидается принятия нового закона об автостраховании. В связи с этим Правительство РФ призвало Российский союз автостраховщиков создать модуль, работающий в Интернете для внесения сведений о договорах автострахования ОСАГО в единую специальную базу. Должен быть разработан электронный калькулятор, с помощью которого пользователи смогут рассчитать страховую премию. Пока страховые компании пытаются сопротивляться, объясняя невозможность создания такой системы. Некоторые страховые компании начали обучать своих сотрудников и работать над своими сайтами.

Нами, а также студентами групп 17 и 27 Красноярского финансово-экономического колледжа, занимающихся по специальности 080118 Страхование дел (по отраслям) (базовая подготовка) было проведено исследование интернет-сайтов различных страховых компаний.

По единогласному мнению, на первое место мы поставили сайт страховой компании Ингосстрах (www.ingos.ru). По нашему мнению, это самый удобный сайт, красиво оформленный, на нем легко и просто можно найти необходимую информацию, очень удобная навигация по сайту, на сайте есть все, что необходимо потенциальному клиенту.

На сайте страховой компании Ингосстрах представлены все виды страховых услуг, предлагаемых клиентам, которые можно оформить, приехав в офис компании или позвонить по телефону. Кроме того представлены 4 страховых продукта для покупки on-line: 1) Поездки (за рубеж, по России,

полис страхования имущества «Отпускной»); 2) Имущество (Квартира — 3 продукта: Отпускной, FreeДом. Квартира, Экспересс-Квартира; Дом/Строение FreeДом. Строение, Экспересс-Строение); 3) Авто (КАСКО-Аккурат, ОСАГО-Полис обязательного страхования автогражданской ответственности); 4) Несчастный случай (3 продукта: Спортивный, индивидуальный, семейный).

На сайте можно предварительно ознакомиться с правилами страхования, самостоятельно рассчитать стоимость полиса и отправить заявку в центральный офис компании. Расчет будет отправлен менеджеру, который свяжется с Вами в течение 7 рабочих дней. В этот период необходимо обратиться в один из офисов и, назвав номер своего заявления или фамилию, получить счет на оплату. Заплатить можно наличными деньгами или по кредитной карте в кассе офиса. После этого вам вручат полис.

При покупке он-лайн можно оформить и оплатить полис прямо на сайте с помощью карт Visa International, Eurocard/Mastercard. После оплаты полис будет выслан на электронную почту.

На сайте компании можно оформить продление договоров страхования в режиме on-line. При необходимости можно задать он-лайн вопрос специалисту, т. е. есть обратная связь. Также имеется интересная полезная информация, новости, перечислены действия и многое другое.

РОСГОСТРАХ (<http://www.rgs.ru>)

По нашему мнению, Страховая компания «Росгосстрах» занимает ведущую позицию на рынке страхования России. Сайт очень прост и удобен в использовании. На сайте представлена актуальная информация о страховых программах, специальных предложениях и электронных услугах, которые можем получить прямо на сайте.

Ренессанс (<http://www.renins.com/>)

Сайт достаточно хороший и проработанный. Не можем не отметить, что Группа Ренессанс Страхование была первой страховой компанией, представившая в 1999 г. первый в России Интернет-проект мирового уровня — RENINS.COM, предлагающий страхование с помощью интернета.

На сайте можно воспользоваться следующими услугами: Автомобиль, Имущество, Ипотека, Путешествие, Здоровье. Кроме того представлены 25 страховых продукта для покупки on-line. Процедура покупки будет включать в себя: расчет стоимости на on-line калькуляторе, заполнение заявления, на страхование и оплату по кредитной карте через платежную систему Интернета (CyberPlat). Платеж можно произвести и в отделении банка, распечатав автоматически сформированный счет. При желании можно оплатить полис наличными или по кредитной карте в офисе компании. Процедуру покупки завершает бесплатная курьерская доставка документов. Но единственный минус, что работают они только с четырьмя городами: Москва, Екатеринбург, Санкт-Петербург, Самара. Невольно встает вопрос: а как же все остальные?

На сайте существует вход в личный кабинет, таким образом обрабатываются все возможные вопросы клиентов, на которые последует ответ специалиста.

РЕСО-Гарантия (www.reso.ru).

Страховая компания предлагает в режиме Он-лайн оформить полис ОСАГО и полис "РЕСО-Экспресс" (КАСКО), т.е. всего 2 продукта. При покупке он-лайн можно оформить и оплатить полис прямо на сайте с помощью карт Visa International, Eurocard/Mastercard. После оплаты полис будет выслан на электронную почту.

Интернет-сайт работает просто и удобно, ничего лишнего, все, что необходимо клиенту — сразу можно найти. Красноярский филиал страховой компании РЕСО-Гарантия не работает с интернет-продажами.

Затем мы попытались протестировать, как работают web-калькуляторы различных страховых компаний. Мы взяли 5 автомобилей. Калькуляторы всех страховых компаний справились с расчетом страховой премии великолепно: работать было очень легко и удобно, всего за пару минут можно быстро рассчитать ОСАГО и КАСКО.

На сайте страховой компании Росгосстрах после заполнения необходимой информации калькулятор потребовал номер телефона для подтверждения кода, это по нашему мнению огромный минус, так как большинство мошенников пользуются такой тактикой для снятия денег, в ответ никакой информации они не предоставляют. Этот момент может отпугнуть потенциального покупателя. Если действительно это сделала страховая компания, то советуем ей переделать этот запрос на адрес электронной почты, так как он не связан с деньгами.

В настоящий момент в интернете многие страховые компании предлагают свои продукты он-лайн. Однако уровень удобства и скорости сделки у компаний разный.

В результате проделанной работы был сделан вывод о том, что работа над интернет-страхованием в России ведется, но пока очень слабыми методами. Интернет-страхование в России находится еще на начальном уровне. Этому способствует многие показатели:

- Недоверие покупателей и страховых компаний;
- Страховые компании боятся мошенничества со стороны покупателей, а в свою очередь покупатели боятся мошенничества в интернете;
- Неумение пользоваться интернетом;
- Не везде развита интернет структура;
- В страховых компаниях не хватает квалифицированных, опытных программистов, которые создали бы очень удобные сайты для использования;
- Не все виды страхования можно осуществлять виртуально. Существуют страховые услуги, которые нельзя автоматизировать, а потому и организовать их онлайн-продажи.

Поэтому страховые компании просто обязаны продолжить начатую работу в развитии и создании интернет-сайтов, на которых будет возможна интернет продажа страховых продуктов. Следовательно, будущее развитие Интернет-страхования еще впереди.

Список литературы:

1. Денисова Т.В. «Организация продаж страховых продуктов через Интернет: преимущества и перспективы», Журнал «Директор-Инфо» № 43, 2011 — 1 isupr.mrsu.ru»2011-1/PDF/Denisova.pdf (дата обращения 02.02.2014).
2. «Интернет-страхование»//информационно-консалтинговый центр по электронному бизнесу — октябрь 2000 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.e-commerce.ru> (дата обращения 10.02.2014).
3. Козлов А.В. ИНТЕРНЕТ СТРАХОВАНИЕ В РОССИИ // Современные проблемы науки и образования. — 2010. — № 4 — С. 127—131. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.science-education.ru/92-4515 (дата обращения 05.02.2014).
4. East-West, Digital News, РБК Интернет торговля в России. Руководство к успешным инвестициям и проектам. Краткая версия. Часть первая. — Декабрь 2013. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.slideshare.net> (дата обращения 12.02.2014).

НАДЕЖДА НА ЧУДО: ДА ИЛИ НЕТ?

Сенькова Оксана Николаевна

Юсыпчук Олеся Ивановна

студенты 3 курса, кафедра финансы и кредит ДВФУ,

РФ, г. Владивосток

E-mail: 2011-2012.1993_9@mail.ru

E-mail: olesya_93@mail.ru

Рубинштейн Евгения Даниэльевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ДВФУ,

РФ, г. Владивосток

Китайская банковская система — довольно сложный механизм, практически полностью базирующийся на государственных капиталах или так или иначе выросший из государственного сектора.

Практически вся китайская банковская система родилась путем модернизации системы Народного Банка Китая. В 1983 были созданы четыре крупнейших китайских государственных банка, которые вплоть до сегодняшнего дня составляют основу всей кредитно-финансовой и банковской системы КНР, так называемая «большая четверка» — Банк Китая, Китайский строительный банк, Сельскохозяйственный банк Китая и Индустриальный и коммерческий банк Китая.

Другую важнейшую часть китайской финансовой системы составляют акционерные банки, среди которых крупнейшими являются Банк коммуникаций и Китайский торговый банк. Пожалуй, сегодня это наиболее динамично развивающийся банковский сектор, причем рост их активов почти в два раза превосходит рост активов «большой четверки». Помимо этого существует множество локальных банков (в основном городских), число которых сегодня приближается к двумстам. Причем влияние этих банков достаточно высокое. Местные правительства именно через них финансируют свои проекты и держат там свои доходы, а если принять во внимание рост экономики в отдельных городах Китая, то несложно понять, насколько серьёзную финансовую силу составляют городские банки. Первоначально

предполагалось, что городские банки могут участвовать только в проектах, проводимых в городе, где он расположен. Государство выступало против расширения их деятельности, но с 2004 г. им было разрешено действовать за пределами своих городов, в результате чего некогда городские банки (например, Банк Пекина, Банк Шэньчжэня, Банк Нинбо) стали полноценными игроками финансового рынка, другие же исчезли в результате слияния и поглощения.

Характерной чертой в развитии банковской системы Китая является доминирующая роль государства в его управлении. Государство — основной кредитор всей банковской системы, осуществляющий жесткий контроль над кредитной политикой и взаимоотношениями банков между крупными предприятиями со средним бизнесом.

Все развитие современной китайской банковской системы проходило по четкому плану, а руководство КНР не дало стихии рынка подчинить себя банковской основе существования страны. Но, не смотря на постоянный контроль государства, на сегодняшний день возникла серьезная проблема, пошатнувшая банковский сектор Китая. В июне 2013 года в Китае произошло «схлопывание мыльного пузыря» — так аналитики прозвали случившийся кризис ликвидности.

Причиной этому послужил резкий рост «теневых» банковского сектора. В Китае этот сектор весьма разнообразен: по форме — хедж-фонды, фонды прямых инвестиций, фонды денежного рынка и узкоспециализированные страховщики; по наполнению — Wealth-Management Products (продукты по управлению достатком), сделки с обратным выкупом активов, необеспеченные инструменты и др.

Отследить размеры теневых сделок практически невозможно, учитывая схемы обратного выкупа и схемы, позволяющие убрать с баланса те или иные активы.

Первые предпосылки банковского кризиса в Китае наметились еще в 2011 году, о чем тогда сообщило рейтинговое агентство Fitch. Причиной

тому стала агрессивная политика небольших финансовых компаний по продвижению самых различных финансовых продуктов. Значительная часть из них квалифицировалась как управление активами, хотя по ряду признаков многие из них ничем не отличались от обычных финансовых пирамид. Массовое распространение получил такой инвестиционный продукт, как wealth management products. В Китае существует частичная монополия государства на сбережения — долгое время у населения было лишь четыре доступных инструмента сбережений: банковские депозиты, недвижимость, золото и внутренний фондовый рынок. Однако в последнее время нарастающей популярностью стали пользоваться альтернативные инвестиционные продукты, предлагающие 5—7 % процентов годовых, что существенно выше стандартных ставок по депозитам. В последней декаде июня подлежали к погашению купоны на Wealth Management Products подлежали к погашению на общую сумму 1,5 трлн. юаней [4]. Общий объем этих теневых продуктов составляет порядка 16% всех депозитов коммерческих банков Китая, или 13 трлн. юаней [8]. Причем наибольший прирост привлечения вкладчиков по этой статье наблюдался среди мелких финансовых компаний и банков, которым, в отличие от крупных государственных банков, сложнее проводить выплаты по своим продуктам. А значит, в случае оттока средств риск их банкротства резко возрастает.

По данным рейтингового агентства Fitch, в 2012 году общий объем выданных банками кредитов, включая «теневые», составил 198 % китайского ВВП. Какая именно доля приходится на «теневые» кредиты, не уточняется; известно лишь, что она весьма существенна и соизмерима с объемом "белого" кредитования.

За последние 2 года «теневой» сектор вырос на 67 % [7]. И эта цифра продолжает расти опережающими ВВП темпами.

Это можно объяснить неудачной попыткой китайских властей реализовать модель «кредитного роста». Кредитные средства вкачивались абсолютно во все предприятия, включая даже нежизнеспособные. Таким образом,

банковская система оказалась доверху загружена балластом невозвратных кредитов.

Другой проблемой стало реформирование сельских кредитных кооперативов Китая. На сегодня это важнейшая часть финансового механизма КНР, по своей форме это паевые кредитно-финансовые учреждения. Для развития городских предприятий, особенно смешанного типа собственности, существуют аналогичные городские кредитные кооперативы. Сельские кредитные кооперативы начали активно создаваться на уровне уездов в 2005 году, а с начала 2010 года начался очередной этап их реформирования, направленный, прежде всего на расширение спектра их услуг. Они ведут активную политику льготного кредитования и сами жестко следят за своевременным возвратом кредитов. Причем выдача кредитов максимально упрощена, нередко, особенно в периоды активных сезонных сельскохозяйственных работ, такие кредиты могут выдаваться в день обращения. Проверка кредитора также максимально упрощена, учитывая, что вся операция чаще всего проходит в рамках одного уезда. Примечательно, что если подобные кредитные кооперативы начинали с крайне небольших кредитов, то сегодня они поддерживают своим финансированием крупнейшие предприятия в сельской местности, а получение кредита, эквивалентного нескольким десяткам миллионов долларов не является особой проблемой. В некоторых развитых районах, особенно на юге Китая, общая сумма кредитов может достигать \$ 250 млн. лишь по одному виду продукции (например, выращивание чая).

Но именно здесь и начинаются сложности. Формально кооперативы сами решают, кому выдавать кредит, и нередко оказывается, что кредиты выданы государственным компаниям, а не частному бизнесу. Дело в том, что в этом случае гарантом выступает само государство, поэтому даже в случае финансового провала проекта государство будет вынуждено закрыть долги перед кооперативами. В целом проблемы связаны, прежде всего, с тем, что кредитные кооперативы все же не являются полноценными банковскими

учреждениями, из-за роста числа кредитов система проверок заемщиков перестала справляться со своими задачами, увеличивается число безвозвратных кредитов.

И последним фактором является спекулятивная покупка недвижимости, взвинтившая цены на жилье, несмотря на активные меры государства по сдерживанию цен. Есть серьезные основания полагать, что в последнее время межбанковские заимствования стали источником финансирования спекулятивной покупки недвижимости. Недоступность жилья является одной из основных причин социальной напряженности в стране, что сделало обуздание цен на недвижимость приоритетной задачей правительства.

Инвесторы крайне негативно восприняли эту ситуацию, поскольку похожая картина наблюдалась в США сразу после краха Lehman Brothers в 2008 г.

Поэтому китайское правительство решило бороться с этой проблемой, что и стало толчком к схлопыванию «мыльного пузыря». Правительство решило поднять процентные ставки по межбанковским кредитам. В июне они достигли рекордных показателей — 10 %, а в отдельные краткосрочные пики они достигали 30 %. Второй шаг — это сокращение объема средств для межбанковского заимствования. И это несмотря на колоссальные резервы — на конец июня золотовалютные запасы Китая составили \$3,5 трлн.

Проведение этих мер совпало с праздниками в Китае и сезонным пиком сбора налогов, когда людям особенно требуется наличность.

В итоге сложилась катастрофическая ситуация, когда, 24 июня 2013 года, банки не могли расплатиться по кредитам, а Народный Банк отказался влить недостающую наличность, тем самым давая понять, что банки не должны рассчитывать на помощь государства. Около недели Народный Банк не принимал никаких действий, что повлекло к распространению слухов о дефолте. Слухи оправдались, когда ситуация вышла из-под контроля и China Everbright Bank не смог расплатиться по коротким кредитам с Industrial Bank

на сумму в 6 млрд. юаней. Иными словами, произошел дефолт по кредитным обязательствам.

Дефолт со стороны China Everbright Bank, в свою очередь, осложнил финансовую ситуацию для China Industrial Bank, так как в последнем рассчитывали получить 6 млрд юаней для обеспечения собственных нужд в ликвидности. Ряд трейдеров в Шанхае отметили, что дефолт привел к цепной реакции на межбанковском рынке Китая и в результате роста процентных ставок пострадали многие банки.

Например, из-за проблем с низкими уровнями ликвидностью пострадал и Agricultural Development Bank of China. Банк рассчитывал выручить 20 млрд. юаней в результате размещения своих облигаций со сроком погашения в течение 6 месяцев с купонной ставкой 7 %, однако в итоге ему удалось разместить свои бумаги лишь на сумму 11,51 млрд. юаней.

Сейчас у банков, чрезмерно зависимых от краткосрочного финансирования, есть 2 пути выхода из ситуации: сократить свои резервы, чтобы больше активов финансировалось из депозитов, или найти более стабильные источники финансирования.

Второй способ также включает в себя 2 направления: долгосрочные займы или привлечение еще большего количества акций иностранных инвесторов. Но обращение к этим более дорогим источникам финансирования урежет чистую процентную маржу банков, снижая прибыльность.

Народный банк Китая, судя по всему, предпочитает уменьшение долговой нагрузки.

НБК намерен заставить банки и другие финансовые институты, такие как фонды, брокеров и управляющих активами, снизить задолженность.

Но пока это только намерения, а последствия не заставили себя долго ждать, инвесторы отреагировали моментально на случившиеся события. Они начали немедленно сбрасывать свои ценные бумаги, уверенные, что кредитная модель Китая стремительно разваливается. Учитывая роль и значимость экономики Китая на мировом уровне, возникают все большие опасения,

что ее возможный кредитный крах подстегнет новый виток глобального кризиса. Пока же эксперты констатируют ожидаемое снижение темпов роста экономики самой КНР. Так, банком Goldman Sachs, в связи с опасениями кризиса ликвидности, прогноз роста китайской экономики пересмотрен сторону понижения на 2013 г. до 7,4 % с 7,8 %.

Малообещающие прогнозы, шаткая ситуация в стране — все это стало сигналом для правительства Китая: экономика нуждается в реструктуризации. Для решения этой проблемы 8 ноября был созван 3-й Пленум ЦК КПК, пленум проходил за закрытыми дверями в течение 4 дней, и весь мир застыл в ожидании его итогов. Этот пленум был призван составить специальный документ, содержащий в себе реформы по реструктуризации в экономике, социальной и политической сферах.

Впервые в документе обозначены сроки завершения реформ — 2020 год. Согласно требованиям пленума, именно к этому сроку «в важнейших сферах и по ключевым направлениям должны быть достигнуты решающие результаты, сформирована целостная и эффективная система».

Очень широким мазком в коммюнике говорится о роли рынка в китайской экономике. Документ утверждает, что «необходимо четко определить отношения между правительством и рынком, рынок должен играть определяющую роль в деле размещения ресурсов». Под эту фразу в принципе попадают практически все экономические реформы, о необходимости которых говорит Китай. Это и ликвидация монополий госкомпаний, и обеспечение равного доступа к кредитным и иным ресурсам для предприятий, и повышение конкуренции, и заявительный принцип регистрации бизнеса.

Инвесторы, ожидавшие более радикальных изменений, остались недовольны его результатами. Они считают, что этот документ не содержит в себе реформ, которые смогут перенаправить экономику Китая в новое русло. Документ является таким же противоречивым и туманным, как и сама ситуация в стране.

Однако то, что инвесторы считают эти реформы непонятными и расплывчатыми, вполне соответствует китайским традициям. Например, преобразования Дэн Сяопина, которыми меряют всех китайских лидеров, в свое время не казались такими уж радикальными. Великое значение им придала лишь последующая история. и как говорил великий философ Лао Цзы: «Тот, кто слишком торопится, ничего не достигнет».

Список литературы:

1. Вахрушин И.В. Рынок ценных бумаг КНР: состояние, развитие, перспективы: Дис. канд. экон. наук: 08.00.10. М., 2009.
2. Рейтинг стран по росту «теневого» банковского сектора / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: https://www.moody.com/pages/default_ee.aspx/(дата обращения 1.12.13).
3. Рубцов Б.Б. «Финансовый рынок КНР», журнал «Портфельный инвестор», № 10, 2008 год.
4. Статистика погашения долговых обязательств / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.fitchratings.ru/>(дата обращения 1.12.13).
5. Статья «Зомби заполнили Китай»/ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://rbcdaily.ru/world/562949985915723/>(дата обращения 29.11.13).
6. Статья «Пленум: перспективы и противоречия»/ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://quote.rbc.ru/topnews/2013/07/10/33984534.html/>(дата обращения 5.12.13).
7. Статья «Банки бьют тревогу»/ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.asiareport.ru/>(дата обращения 25.11.13).
8. Экономическая статистика Китая / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: www.financialstabilityboard.org/ (дата обращения 1.12.13).

ПЛАН МАРКЕТИНГА, КАК СОСТАВЛЯЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ БИЗНЕС-ПЛАНА ПРЕДПРИЯТИЯ

Сидоренко Анна Владимировна

*студент Дальневосточного федерального университета г. Находки
кафедры экономики и менеджмента,
РФ, г. Находка
Chernyi_barhat@mail.ru*

Заярная Ирина Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, профессор РАЕ,
Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ) филиал г. Находка,
РФ, г. Находка*

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что эффективность управления маркетингом в значимой мере зависит от трех главных составляющих любого действия управления: организации, планирования и системы контроля на предприятии. При этом элемент планирования первичен в главных составляющих.

В настоящее время, в условиях жесткой конкуренции маркетинг занимает главенствующую роль в функционировании предприятия. План маркетинговых мероприятий является доминирующим планом. Из этого следует, что сначала составляется маркетинговый план предприятия, а затем уже все остальные.

Для того, чтобы понять всю важность изучения вопросов, связанных с разработкой маркетингового плана предприятия, рассмотрим его основные функции, а именно:

1. С помощью маркетингового плана предприятия можно избежать лишних действий, которые мешают в достижении поставленных целей;
2. При разработке маркетингового плана четко формулируются и устанавливаются цели, а затем осуществляется контроль за их достижением;
3. План маркетинговых мероприятий — это документ, который организует работу всего предприятия;
4. С помощью данного документа происходит систематизация и доведение до всех сотрудников предприятия целей и задач, которые поставил перед коллективом руководитель;

5. С помощью маркетингового плана происходит мобилизация всех работников предприятия;

6. На основе данного документа происходит четкое распределение временных, трудовых и других ресурсов предприятия.

В целом, план маркетинга помогает увеличить эффективность работы предприятия за счет конкретного определения методов и целей их достижения, устранения неясностей и не желательных действий, не приводящих к запланированным результатам.

Информационной базой служит учебная и методическая литература по маркетингу, планированию. При выполнении научной работы были использованы труды таких авторов, как Вествуд Дж., Глушакова Т.И., Голубков Е.П., Т.П., Кеворков В.В., Ф. Котлер, Жуков Б.М., Романов А.А. Басенко В.П..

План маркетинга, как составляющий элемент бизнес-плана предприятия

Понятие и цель составления плана маркетинга

План маркетинга — документ, который является основной частью стратегического плана развития организации. В маркетинговом плане предприятия четко указаны цели и объемы в завоевании рынка, а также прописаны методы достижения поставленных целей и задач.

Е.П. Голубков считает, что маркетинговое планирование представляет собой логическую цепочку, которая состоит из различных видов мероприятий по разработке стратегии, целей достижения рынка и выборе определенных мероприятий для достижения поставленных задач на определенный период.

Отсюда, планирование маркетинга представляет собой разработку различных видов плана маркетинга. Эта деятельность является элементом системы планирования маркетинга, который включает в себя мероприятия по разработке стратегии, реализации данных мероприятий и контроль за исполнением поставленных целей и задач [2, с. 145].

По мнению Дж. Вествуда, понятие «планирование маркетинга» применяется при описании методов применения ресурсов маркетинга для достижения маркетинговых целей. На первый взгляд, это кажется таким простым, но на самом деле этот процесс достаточно сложен. У каждой организации есть свои ресурсы и имеются свои определенные цели, которые, как показывает практика, меняются с течением времени. «Маркетинговое планирование используется для сегментирования рынка, определения его состояния, прогнозирования его роста и планирования жизнеспособной рыночной доли внутри каждого сегмента» [1, с. 143] .

Согласно авторам пособия «Политика и практика маркетинга на предприятии» В.В. Кеворкова и С.В. Леонтьева, понятие маркетингового плана имеет широкий и узкий смыслы этих слов, например:

1. В широком смысле «план маркетинга» — это раздел бизнес-плана предприятия. Широкое понимание термина «план маркетинга».

2. А например, в узком смысле «план маркетинга», В.В. Кеворков и С.В. Леонтьев отмечают: «разработчик комплексного бизнес-плана развития предприятия должен создать такие процедуры и такую политику, которые выразят предприятие как систему, а само перспективное планирование как процесс, с помощью которого эта система приспособливает свои ресурсы к динамическим условиям внешней и внутренней среды. Бизнес-план может разрабатываться как для предприятия уже работающего на рынке, так и для становления инвестиционного проекта» [5, с. 34].

Исходя из этого, при определении вышеуказанного термина в узком смысле можно употреблять термин «бизнес-план», как синоним. Данную ситуацию мы можем наблюдать в работе В.А. Гончарука.

Так, например, Дж. Вествуд поясняет термин "план маркетинга" следующим образом:

- маркетинговый план является важнейшей частью плана организации, а планирование маркетинговых мероприятий должно осуществляться как часть общего процесса планирования и составления бюджета компании,

- маркетинговый план — документ, в котором четко сформулированы цели маркетинга товаров и услуг компании, а также пути их достижения,
- план маркетинга является частью всего плана предприятия, следовательно, процесс составления плана маркетинга должен осуществляться как часть генерального плана организации и процесса бюджетирования.

Дж. Вествуд говорит нам о том, что к процессу планирования существуют различные подходов. Так, при традиционном планировании составляются планы в зависимости от того, на какой период времени они рассчитаны. В данном случае они подразделяются

- долгосрочные планы;
- среднесрочные планы;
- краткосрочные планы [1, с. 179].

В работе Е.П. Голубкова встречается термин «стратегический план маркетинга». По выражению данного автора, "совокупность маркетинговых целей, стратегий и мероприятий по их достижению представляет стратегический план маркетинга, который должен на следующем этапе планирования быть доведен до рабочих плановых документов, т. е. осуществлено оперативно-календарное планирование".

Е.П. Голубков считает, что при составлении стратегических планов предприятия, в основном, происходит составление долгосрочных планов и тактических (текущих), годовых и более детальных планов маркетинга [2, с. 130].

В стратегическом плане маркетинга, который разрабатывается на 3—5 лет, указаны долгосрочные цели и определяющие маркетинговые стратегии с указанием необходимых для их достижения ресурсов. Стратегический маркетинговый план уточняется и пересматривается ежегодно, на основе которого составляется план маркетинга на будущий год.

Оперативный план маркетинга, или другими словами, годовой план маркетинга, показывает текущую маркетинговую ситуацию, цели деятельности на рынке, маркетинговые стратегии на текущий год. В его состав включается

программа мероприятий, размер необходимых производственных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Маркетинговый план компании является ключевым при планировании деятельности, наряду с бюджетом, производственным планом, планом продаж. Годовой план предприятия, соответственно, устанавливает общие цели предприятия, однако для работы в конкурентной среде маркетинга — усилия на рынке — являются основной функцией предприятия. В связи с этим, план маркетинга доминирует по значению над другими разделами общегодового плана, поскольку:

1. целевые показатели маркетингового плана оказывают прямое влияние на показатели других разделов годового плана;

2. решения, записанные в маркетинговом плане определяют, что именно предприятие будет производить, по какой цене и где продавать, как рекламировать;

План маркетинга служит ключевым руководством для работы персонала, занятого в маркетинговых мероприятиях фирмы.

План маркетинга подобен карте: он показывает, где находится предприятие в данный момент, куда оно движется и как собирается туда попасть.

Определение целей. Организация намечает цели и задачи, составляет список действий, а также сроки выполнения задач. Дополнительно к этому предприятие составляет список заинтересованных сторон, используемые технологии и т. д.

Цели плана маркетинга:

1. установление целей маркетинга, обеспечение контроля их достижения;
2. систематизация, формальное описание идей руководителей компании, донесение их до сотрудников;
3. концентрация и разумное распределение ресурсов фирмы.

Основные направления плана маркетинга

Разработка стратегии. Любая цель может быть достигнута множеством благодаря различным способам. Стратегия — это выбор наиболее эффективного способа достижения целей.

На основе составленной стратегии развития компании, а также сформулированных рыночных целей изначально нужно определить ключевую задачу данного момента времени (вот, например, необходимо провести ситуационный анализ текущего положения в области маркетинга холдинга) [5, с. 46].

Определение тактики. Для составления необходимой тактики нужно проанализировать существующую стратегию с точки зрения комплекса 4P и определенных действий работников, которые занимаются достижением этого плана [5, с. 50].

Бюджет. Для разработанных действий по достижению плана и мероприятий предприятия необходимы некоторые расходы, которые составляют бюджет, необходимый для достижения поставленных целей [5, с. 57].

Контроль. Для контроля запланированных мероприятий необходимо составить план и график достижения показателей в различные сроки. В случае, если показатели и запланированные мероприятия не достигнуты, необходимо пересмотреть поставленные цели, разработать новую стратегию.

Изучая материалы различных авторов, обращаем внимание, что мероприятия в маркетинговом плане можно подразделить на следующие разделы:

1. меры по активации сбыта продукции;
2. меры по ориентации предприятия на потребителя;
3. мероприятия по способу коммерческой информации;
4. мероприятия по подготовке аналитических материалов по анализу наиболее перспективных сегментов рынка;
5. предложения по ценообразованию;
6. предложения по ассортименту выпускаемой продукции;

7. предложения по рекламе и отношениям с общественностью.

Многие задаются вопросом: «А можно ли, чтобы маркетинговые планы имели стандартный формат? Каким именно должен быть этот формат»

Я думаю, что необходимо использовать стандартный формат, с помощью которого можно будет без труда сравнивать различные планы. Дополнительно к этому можно будет проанализировать эффективность маркетинга.

В основном каждый план маркетинга состоит из следующих этапов: ситуационный анализ, определение целей и задач, разработка стратегии, определение тактики поведения, бюджет и контроль.

Структура и составляющие плана маркетинга

При составлении маркетингового плана выполняются следующие виды работ:

1. Товар описывается в следующей очередности:

1) Сущность товара (продукции, услуг);

какие основные черты имеет данный товар, или услуга; для удовлетворения какой потребности он создан; какие пути реализации данного продукта, услуги составлены; как изменяется спрос на данный вид товара или услуги; для какого сегмента покупателей он является доступным; кто должен освоить производство данного вида товара;

анализ товара (продукций, услуг), включающий в себя описание: чем отличается данный товар от других существующих товаров на рынке, схожих по назначению; какие преимущества товара и недостатки есть у данного вида товара; необходимо определить срок жизненного цикла, а также время его модернизации; определение направления сбыта; необходимо точно определить возможно ли данный товар заменить другим аналогичным товаром.

2. Оценка внутренней и внешней технико-экономической ситуации производится в следующем порядке:

1) оцениваются внутренние слабые места у организации, или другими словами, необходимо: должна быть разработана четкая стратегия предприятия; какое положение занимает предприятие на рынке относительно конкурентов;

какой ассортимент выпускаемой продукции; необходимо сравнить нашу стоимость товара со стоимостью товаров, производимых конкурентами;

2) необходимо правильно оценить внутренний потенциал организации, или по другому: какая существует степень самостоятельности, в достаточном ли объеме имеются финансовые ресурсы; какой существует уровень знаний и навыков, позволяющих вести правильную конкурентную борьбу: то есть какие имеются возможности для расширения границ рынка: как мы можем повлиять на главных конкурентов; есть ли у нас на предприятии собственные технологии; какие у нас преимущества по сравнению с нашими конкурентами;

3) необходимо корректно рассмотреть внешние возможности организации: то есть изучить, существует ли в нашей организации: тенденция быстро развить рынок продаж; сможем ли мы освоить новый сегмент рынка; какой существует список товаров или услуг, за счет которых можно наилучшим образом удовлетворить спрос покупателя;

4) определить, какая существует потенциальная угроза организации извне, то есть необходимо рассмотреть: какие появляются новые конкуренты на рынке; как увеличивается объем продаж товаров и услуг, которые смогут быть конкурентоспособными в виде заменителей вещного товара; какое существует давление со стороны конкурентов; как увеличиваются финансовые показатели поставщиков и покупателей; как меняются требования к товарам и услугам у потребителей; какие демографические изменения могут привести к неблагоприятным результатам;

5) необходимо знать своих покупателей: для этого организация должна собирать информацию о требованиях потребителей к товарам и услугам, а также покупательские возможности оптовых и розничных покупателей.

6) необходимо изучить жизненный цикл данных товаров, услуг, в зависимости от которого нужно разработать необходимые для увеличения реализации мероприятия, например, снизить цену, улучшить качество, улучшить сервис предоставляемых услуг, усилить рекламу и т. д., все это будет

способствовать увеличению спроса на выпускаемые товары или оказываемые услуги;

7) необходимо изучить соответствие организации тем критериям, из-за которых потребитель может отказаться от предлагаемого вида продукции, например, цена; насколько выполняется соотношение «цена-качество»; как выполняется график поставок; нужно проверить техническое состояние, насколько оно соответствует нормам; какие существуют гарантии и система работы с потребителями, имеющими претензии; служба ремонта; система контроля; общественное мнение о предприятии; до какого уровня мы можем применить скидку.

3. Необходимо разработать комплексный анализ и прогноз развития товарных рынков. Данный раздел является очень важной составляющей маркетингового плана. В зависимости от того, как составлен анализ рынка сбыта, зависят итоговые результаты работы организации. Условно можно сказать, что комплексный анализ проживает 4 этапа: на первом этапе происходит оценивание предполагаемого объема рынка; на следующем этапе осуществляется оценка конъюнктуры рынка; на третьем этапе происходит прогноз объема продаж; и в заключении, происходит сегментация рынка и включает в себя аспекты:

1) аспекты исследования покупателей (потребителей):

в данном случае происходит оценка возможных покупателей выпускаемой продукции (составляются три-четыре характеристики потребителей); какие существуют наиболее распространенные методы использования предлагаемой продукции, которые характерны для покупателей; необходимо определить какие факторы определяют предпочтения покупателей, и, соответственно, благодаря которым есть возможность определить предпочтения потребителей; выявить вероятную группировку покупателей по потребностям, мотивам, побуждающих совершить покупку или по другим признакам.

2) основным аспектом исследования конкурентов является сравнение двух-трех предприятий, производящий такой же вид продукции; также

необходимо учесть новых конкурентов, у которых развитие происходит очень динамично; важно обратить внимание на торговые марки (знаки) конкурентов (упаковка, цена, виды сбыта и доставки и т. д.); ограничения по ценам, со стороны государства; использование льгот на налоги при производстве товаров, или оказании услуг.

При составлении плана маркетинга предприятия предусматривают следующие этапы:

1. Анализ ситуации на рынке, установление потребителей и запросов заказчиков;
2. Анализ предложений предприятия на рынке, установление возможностей подрядчика;
3. Определение цели маркетинга предприятия;
4. Определение стратегии маркетинга;
5. Разработка рабочей программы;
6. Планирование бюджета, прибыли и убытков;
7. Планирование качества строительной продукции;
8. Контроль за реализацией плана маркетинга.

Как можно оценить, насколько хорош маркетинговый план?

По мнению Филипа Котлера, большая часть всех планов составлено не очень качественно. В одних планах указано настолько много цифр и различных материалов, что убедительная стратегия в данном случае попросту теряется. В других планах эта стратегия прослеживается четко, но например, не хватает связи с поставленной тактикой действий, или наоборот, поставленные задачи далеки от реальности. Еще есть случаи, когда бюджет изначально составлен неправильно. Бывает еще такая ситуация, что мероприятия по контролю за исполнением осуществления плана, не дают возможности осуществить обратную связь и, если это необходимо, пересмотреть план [6, с. 110].

Даже если Вы очень хорошо составили план маркетинга, это не дает Вам гарантии достичь больших успехов, но, если Ваш план будет плохо составлен, то это Вам гарантирует сразу же неудачу.

Термин «план маркетинга» организации можно рассматривать как в широком, так и в узком смысле этого слова. В широком смысле вышеуказанного термина маркетинговый план представляет собой этап комплексного бизнес-плана развития организации. В узком смысле маркетинговый план означает составление перечня тактических мероприятий, с помощью которых можно улучшить положение рассматриваемой организации на занимаемых сегментах рынка. Бывают ситуации, когда небольшие организации не составляют маркетинговый план как цельный документ, состоящий из нескольких видов планов маркетинга.

По своей структуре план маркетинга может состоять из следующих частей: аннотация для руководства, текущая маркетинговая ситуация, опасности и возможности рынка, постановка целей маркетинга, разработка стратегии, программы действий, составление бюджета маркетинговых мероприятий и мероприятий по контролю за исполнением плана.

Во время составления плана маркетинга в организации используются следующие методы: составление ситуационного анализа, исследование рынка, разработка SWOT-анализа, изучение конкурентного анализа.

В заключении доклада хотелось бы вспомнить высказывание Филипа Котлера, профессора международного маркетинга Высшей школы менеджмента Дж.Л. Келлога при Северо-Западном университете США.

«Иногда я называю маркетинговые планы «планы военных действий». Они должны убеждать в том, что вы выиграете войну, еще до того как ввязались в первую схватку. Если вы не привносите в бизнес качество, новизну, скорость или низкую стоимость, вам не место на рынке. Тем не менее после первой же битвы любой план военных действий должен корректироваться с учетом изменений обстановки. Иногда приходится менять конструкцию «самолета» прямо в «воздухе»» [6, с. 119].

Список литературы:

1. Вествуд Дж. Маркетинговый план. СПб: Питер, 2000. — 256 с.
2. Голубков Е.П. Планирование маркетинга. // «Маркетинг в России и за рубежом». — 2002. — № 5. — 179 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. М.: Дело, 1995. — 252 с.
4. Жуков Б.М., Романов А.А. Басенко В.П., Маркетинг: Учебное пособие 2012 г. — 440 страниц [Электронный ресурс] Режим доступа. — URL: <http://www.knigafund.ru/books/127752/read> (дата обращения: 15.03.2014).
5. Кеворков В.В., Леонтьев С.В. Политика и практика маркетинга на предприятии. Учебно-методическое пособие. М.: ИСАРП, «Бизнес-Тезаурус», 1999 г, — с. 125.
6. Котлер Филип 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер/Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. —224 с.

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ В ВТО НА ПРИМЕРЕ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Толкачева Кристина Сергеевна

*студент 2 курса Финансового факультета РЭУ им. Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

E-mail: kristy-1994.94@mail.ru

Дубовик Майя Валериановна

*д-р экон. наук, профессор РЭУ им. Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Владимир Владимирович Путин, президент Российской Федерации, 21 июля 2012 года подписал федеральный закон «О ратификации Протокола о присоединении РФ к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г.» Этим документом оформляется членство РФ в ВТО. Вступление России в ВТО в целом было поддержано российским обществом, хотя у этой идеи есть и противники.

Проблема последствий вступления России в ВТО актуальна сегодня, так как членство РФ в данной международной организации окажет сильное влияние на экономику страны. Сегодня вопросы о положительных и отрицательных аспектах вступления России в ВТО является наиболее острыми [1, с. 55—57].

Необходимость вступления России в ВТО обуславливается:

- без использования новых технологий невозможно экономическое развитие страны. Стандарты этих технологий определяет система ВТО. Национальная безопасность также тесно связана с технологическим прогрессом.
- при вступлении в ВТО Россия получила возможность привлечь инвестиции путем введения в национальное законодательство общепринятых норм внешнеэкономического регулирования [7];
- по расчетам Всемирного банка членство ВТО принесет России в течение первых трех лет около 3,3 % ВВП.

Но наряду с этими преимуществами существует ряд трудностей:

- главным компонентом экспорта России является сырье (70 % экспорта России) — экспорт высокотехнологичных товаров в России незначителен (доля России в мировом экспорте высокотехнологичной продукции примерно 0,2—0,3 %);

- РФ берет на себя обязательство о повышении интеграции в мировую экономику (8 международная конференция ВТО в Женеве — 16.12.2011);

- иностранный капитал не должен занимать ключевые позиции в основных сферах производства российского рынка. Так, например, депутат Государственной Думы С. Миронов отмечает: «Россельмаш вынужден банкротить свои предприятия, заказы сократились более чем в два раза».

- ВТО согласует свои действия с политикой Международного Валютного Фонда, который в свою очередь является сторонником интересов США. Вступив в ВТО, наша страна вынуждена нести ответственность как за проблемы США, так и за политическую составляющую процессов макроэкономики. Вследствие этого, Россия оказывается в центре проблем, не актуальных для нее, например, поставок энергии с Ближнего Востока;

- вступление в ВТО способствует отрицательному влиянию на внутренний рынок стран, то есть российский малый бизнес может быть вытеснен из различных секторов экономики;

Присоединяясь к ВТО, России необходимо провести преобразование уязвимых отраслей промышленности, учитывая современные технологии.

Для примера рассмотрим, как вступление в ВТО может повлиять на авиационную промышленность.

Авиационная промышленность в России находится в кризисном состоянии, но, несмотря на это, сохраняет потенциал развития. Для выхода российской авиапромышленности из кризиса необходима реструктуризация этой отрасли при государственной поддержке. В 2012 году принято распоряжение о государственной программе «Развитию авиационной промышленности на 2013—2025 годы. Для этого увеличено бюджетное

финансирование гражданской, оборонной авиапромышленности (1705,5 млрд. рублей). Вследствие чего произойдет повышение ее конкурентоспособности.

Положительные последствия от вступления в ВТО для авиапромышленности носят потенциальный характер, так как российская авиатехника пока неконкурентоспособна.

Отрицательные аспекты от вступления в ВТО для авиапромышленности следующие:

- утрата основного преимущества России в этой отрасли — дешевизны — так как ВТО навязывает свой механизм ценообразования.

Проанализировав взаимоотношения стран-участниц ВТО, которые производят и приобретают авиационную технику, можно сделать вывод о том, что различного рода разногласия и претензии между ними в области авиационной промышленности регулируются нормами ВТО, а именно «Соглашением по торговле гражданской авиатехникой (СТГА)». Согласно данному Соглашению, при ввозе в страну всех воздушных судов, кроме военных, а также всех компонентов и узлов гражданских самолетов, двигателей, их частей и компонентов, а также авиационных тренажеров, всех их узлов и компонентов (Статьи 1 и 2 СТГА) ликвидируются следующие торговые пошлины: импортные пошлины, НДС и таможенный сбор [6].

- необходимость изменить существующие программы для создания новых образцов авиатехники, в которых главную поддержку должно оказывать государство. Необходимо констатировать тот факт, что Россия должна узаконить тот порядок льготного ввоза зарубежной авиатехники, который существовал 10 лет назад, он был признан губительным для сектора отечественной авиапромышленности. Если Россия будет следовать данному порядку (его отмена провозглашена во всех программных документах последнего времени), то это приведет к внедрению на рынок отечественного авиапрома иностранных авиапроизводителей, так как в ближайшее время российские авиапроизводители не смогут предоставить такие выгодные

условия по поставке авиапромышленности, которые смогут предоставить иностранные поставщики (кредитование поставок, отсрочка платежей, лизинг, послепродажное обслуживание). Для отечественной авиационной промышленности последствия могут быть неутешительными: потеря заказов, свертывание производства, сокращение численности персонала и, в итоге, потеря сектора гражданской авиационной промышленности.

- необходимости отказа от существующих и перспективных планов продвижения отечественной авиационной техники на зарубежные рынки в связи с их несовместимостью с требованиями ВТО в части форм и методов государственной поддержки.

Согласно СТГА любые контролируемые государством закупки авиационной техники должны осуществляться на конкурсной основе с участием иностранных производителей. Правительство не должно давить на авиакомпанию при выборе ими поставщиков готовой продукции или комплектующих (Статья 4, пп. 2, 3). В России большинство авиакомпаний либо полностью принадлежат государству («Пулково» или ГТК «Россия»), либо являются акционерными обществами, контрольный пакет акций которых также принадлежит государству («Аэрофлот»).

Таким образом, государство не может ни прямо, ни косвенно влиять через своих представителей в органах управления на техническую политику в сфере закупок авиационной техники, которые должны проходить на конкурентной основе с участием иностранных компаний. Меры, предпринятые правительством для стимулирования отечественной авиапромышленности («Программа развития гражданской авиационной техники»), с точки зрения ВТО, являются недопустимыми и могут повлечь за собой определенные санкции.

- Россия может потерять отечественный авиапром, причем не только его гражданской части, но и военной, так как разработчики и производители бомбардировочной и транспортной авиации в настоящее время в большей степени поддерживаются за счет реализации гражданских программ (КБ

Туполева и Ильюшина, сборочные заводы в Казани, Ульяновске и Самаре). Согласно 7 статье Соглашения о торговле гражданской авиатехникой те меры поддержки, которые направлены на поддержку отечественных авиапроизводителей, стали запрещенными для реализации как федеральному правительству, так и региональным и местным органам. В российских условиях эти требования со стороны ВТО могут привести к негативным последствиям для авиастроительных компаний. Особенно хотелось бы выделить республику Татарстан. В этой республике Правительство реализовывало ряд мер по поддержке предприятий авиапромышленности и авиастроительных программ, которые попали под действие СТГА [3].

При вступлении в ВТО перед авиационной промышленностью были поставлены следующие условия: они предусматривали снижение пошлин на импорт широкофюзеляжных самолетов с 20 % до 7,5 % до 2016 года, а на импорт узкофюзеляжных самолетов — с 20 % до 12 % до 2019 года [5]. Кроме того, пошлина на сверхлёгкие самолёты массой от 2 до 15 тонн сокращалась с 10 % до 8 %, в результате чего средняя цена иностранных самолётов для российских потребителей должна была снизиться в среднем на 5 %, что создавало угрозу для российской авиационной промышленности [2]. В качестве экстренной меры поддержки правительство пересмотрело действовавшую с 2002 года программу субсидирования части затрат на лизинг новых отечественных самолётов: вместо прямого субсидирования процентных ставок, которое запрещалось правилами ВТО [8], было введено субсидирование банков, которые за счёт этого должны были предоставить лизинговым компаниям более низкие ставки.[4]

Суммируя все вышесказанного, можно сделать следующие выводы:

1. Несмотря на то, что российская авиационная промышленность находится в глубоком кризисе, она показывает положительную динамику основных экономических показателей своей деятельности.

2. Для дальнейшего развития авиационной промышленности необходима государственная поддержка процесса создания новой авиатехники, продаж

послепродажного обслуживания, а также реструктуризации авиапромышленного комплекса. На сегодняшний день выработаны и приняты комплексные государственные программы, направленные на реформирование и поддержку отечественного авиапрома. Их успешная реализация зависит от поддержки государства, а в частности необходимо увеличить финансирование гражданского сектора авиапромышленности, предусмотренное начинающимися с 2002 года федеральными целевыми программами Развития гражданской авиационной техники, модернизации и продвижения оборонно-промышленного комплекса, улучшения качества продукции, вследствие этого повышение ее конкурентоспособности и другие.

3. В силу незавершенности реформирования отечественного авиапрома, его принадлежности к оборонно-промышленному комплексу, а также значительной степени участия государства эта отрасль еще не готова функционировать в рамках ВТО.

4. В целом, вступление России в ВТО может привести к значительной потере отечественной авиационной промышленности.

По моему мнению, вступление в ВТО России явилось не столько необходимостью, сколько неизбежностью. Нашей стране необходимо поднять свою экономику, а это сейчас невозможно сделать, не присоединившись к процессу всемирной интеграции. Если России будет оставаться в стороне при принятии важных решений в области экономики на мировом уровне, то, возможно, что в конечном итоге эти решения будут приниматься против нас же. Для успешного участия Российской Федерации в ВТО сегодня необходимо развивать те отрасли промышленности, которые являются наиболее уязвимыми, авиапромышленность в том числе, с учетом инновационного прогресса как внутри отрасли так и за ее пределами. Кроме того, следует принять нормативно правовые акты, которые бы позволили повысить инвестиционную привлекательность России. Решение вышеперечисленных задач потребует системной и скоординированной работы всех ветвей власти, субъектов Федерации, деловых кругов и общественных организаций.

Список литературы:

1. Булатова А.И. Последствия вступления России в ВТО М.: Буки-Веди, 2013 — 144 с.
2. Достаточно сильны для ВТО // Эксперт. — 21 ноября 2011 года — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://expert.ru/expert/2011/46/dostatochno-silnyi-dlya-vto/>
3. Отраслевой анализ присоединения России к ВТО — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://rus-crisis.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=766:766&catid=40:2009-07-27-17-55-39&Itemid=68
4. Российские авиастроители обойдут правила ВТО с помощью ВЭБа. Известия. — 29 ноября 2012 года — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://izvestia.ru/news/540521>
5. Россия в ВТО может оказаться беззащитной. — Независимая газета. — 20 марта 2012 года — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ng.ru/economics/2012-03-20/1_wto.html
6. «Соглашение по торговле гражданской авиатехникой» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.rgwto.com/wto.asp?id=3668&doc_id=2082
7. ФЗ РФ от 10.12.2003 (ред. От 23.07.2013) № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149836/
8. Чиновники нашли способ защитить авиапром от ВТО. Лента.ру, 8 июня 2012 года — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://lenta.ru/news/2012/06/08/aviaprom/>

АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ КРОСС-КУРСА AUD/USD В 2013 ГОДУ И В ЯНВАРЕ 2014 ГОДА

Чан Фыонг Май

*магистрант, кафедра «Мировая экономика»,
Тульский государственный университет,
РФ, г. Тула
E-mail: mainara47@gmail.com*

Белоцерковский Владимир Иванович

*научный руководитель, д-р техн. наук, профессор,
кафедра «Мировая экономика», Тульский Государственный университет,
РФ, г. Тула*

AUD/USD одна из валютных пар получила внимание инвесторов в 2013 году, благодаря легкому доступу к информации, связанной с ее движением. Любые события о процессе восстановления экономики и политиках США оказывают существенное влияние на пару AUD/USD.

В первом квартале 2013 года, благодаря мерам содействия экономическому росту президента Обама, экономический рост США составлял 2,4 %. Во втором квартале, восстановление экономики США отражается на росте фондового рынка. С начала 2013 года до конца июля 2013 года индекс Dow Jones достиг 15558,33 пунктов, увеличился на 18,7 %, индекс S&P-500 составлял 1,691, 65 пунктов, увеличился на 18,6 %, индекс Nasdaq достиг 3631,16 пунктов, увеличился на 19,7 %. Эти показатели выросли до рекорда, выше в 2012 году. Основные причины этого процветания:

- Финансовая отчетность компаний в целом лучше, чем в 2012 году
- Уровень безработицы США снизился с 7,9 % до 7,5 %
- С начала года, парламент США закончил дискуссии и принял решение о финансовых проблемах, в том числе: продление потолка госдолга.
- Рынок недвижимости процветал. В мае 2013 года, объем торговли на этом рынке повысился до рекорда с 2008 года, увеличился на 29 % по сравнению в то время 2012 года. В том числе, в Западном и Центральном

доменах США этот показатель повысился на 40,7 %, в Восточном домене он увеличился на 20,7 %, в Южном — на 9 %.

- Банковская сфера США имела большой рост. Более 7000 банков и монетарных властей США в первом квартале 2013 года получили сумму прибыли 40,3 млрд. дол., увеличившие на 15,8 %. Во втором квартале 2013 года, по финансовым отчетностям крупных финансовых корпораций США, например Morgan Chase, Wells Fargo, CitiBank, Golden Sachs, American Bank, Morgan Stanley, их прибыль года намного увеличилась и превышала прогнозы

- Темп роста ВВП США в первом квартале 2013 года достиг 2,4 %. Кроме того, эксперты прогнозировали, что ВВП США в этом году будет составлять 1,7 %, и в 2014 году может достичь с 2,5 %—3,5 %.

Это считает признаками восстановления экономики США и пользуется доверием инвесторов и потребителей. В результате опроса, индекс доверия в мае и июне 2013 года повысился до 81,4 %. Это самый высокий уровень с 2008 года. Эти изменения оказывают существенное влияние на курс доллара. Можем увидеть повышение доллара по сравнению с другими основными валютами, например: EUR, JPY, GBP, CAD, AUD..., особенно в начале 2013 года

В первой половине 2013 года, курс AUD снизился по сравнению с остальными основными валютами, кроме иены Японии. В первом квартале, ВВП Австралии только повысился на 0,6 %. Этот показатель обескуражит экономистов и инвесторов. После выпуска этого данного в начале апреля, курс AUD сразу снизился с 96,36 до 96,16 центов за 1 дол. США [1]. Хотя раньше, кросс-курс AUD/USD довольно стабильно колебался. С этого времени до конца второго квартала, курс AUD сильно снизился на 13 % по сравнению с курсом USD. Снижение курс AUD против курса USD может объясняется тем, что существует прямая связь между курс AUD и цена на золото, так как, Австралия представляет собой одна из больших стран производит золото. А цены на золото выражает на курсе USD, т.е. курс доллар США повышается, то цена

на золото снижается, и наоборот. После рекордного повышения в 2011 г. и 2012 г., цена на золото снижается, когда экономика США оптимистически восстанавливается. На рисунке 1 и 2, мы увидели сходную тенденцию курса AUD и цены на золото в первой половине 2013 года.



Рисунок 1. Изменение курс пары валют AUD/USD в первой половине 2013 года



Рисунок 2. Изменение цены на золото в первой половине 2013 года

Экономический рост США в третьем квартале повысился до 2,8 %, благодаря увеличению запасных товаров предприятий (86 млрд. дол). Это увеличение занимает 0,8 % ВВП США. В этом квартале, потребительские расходы, занимающие 70 % ВВП США, повысились до 1,5 %. Однако, скорость увеличения потребительских расходов и инвестиции предприятий замедлялась. Индекс PCE core, который используется FED-ом для расчета угрозы инфляции, повысился до 1,4 % в третьем квартале. Экономика США стабильно растет,

но не в хорошем уровне [2]. Приостановка работы правительства США также оказывала существенное влияние на экономический рост этой страны в третьем квартале.

Наступил третий квартал, курс AUD против доллара США более стабильный, не продолжал сильно снижаться, а колебался с 0,93080 до 0,88604 в течение первых двух месяцев квартала. С сентября, курс доллара Австралии развернулся благодаря улучшению экономической ситуации Австралии. С сентября до 23 октября, курс доллара Австралии имел тенденцию к повышению и достиг максимума в 0,97570 долларов Австралии за 1 доллар США. После этого, курс доллара Австралии снижался по сравнению почти с курсами других основных валют. Поскольку, Резервный банк Австралии объявлял, что его истинная ценность ниже, чем текущая цена.



Рисунок 3. Изменение курс пары валют AUD/USD во второй половине 2013 года и январе 2014 года

Хотя основные показатели США улучшаются, экономика США еще нестабильно восстанавливается. Это значит прекращения QE 3 в декабре 2013 года еще рано. Это может быть основной причиной, которая приводит к снижению курса доллара США по сравнению с другими основными валютами

В то время, Иран и «шестерка» достигли соглашения по выполнению договоренностей. По этому соглашению Иран и «шестерка» международных посредников договорились о мерах по существенному урезанию ядерной

программы Ирана в ожидании более полного соглашения [3]. А Иран получит поддержку до 7 трлн. долларов США в течение 6 месяцев, и запрет на экспорт золота и драгоценных металлов снимется. Это значит, что Иран может экспортировать золото, и это приводит к снижению цены на золото и другие драгоценные металлы, т.е. курс доллара США повысится. Это обозначает, что кривая цены пары AUD/USD продолжает снижаться.

В этот момент, FED считал, что количественное смягчение QE 3 ослаблено. В 18 декабря 2013 года, с 9 голосами и одним голосом «против», FED принял решение сократить масштаб QE 3 на 10 трлн. долларов США до 70 трлн. долларов США с января 2014 года. Это важное событие, влияющее на курс доллара США. По прогнозу специалистов, на теоретической основе, после сокращения QE 3 на 10 трлн. долларов, курс доллара США повысится, если уровень инфляции и рынок труда США улучшится. Однако, на практике, курс доллара США снизился, когда инвесторы признали, что политика FED на самом деле не сильно содержала стоимость этой валюты. Потому, что FED продолжает содержать низкий уровень процентной ставки, который снизит курс доллара США. И даже, FED не объявлял определенное время полного прекращения программы QE 3. Кроме того, некоторые разочаровывающие данные по занятости США снизят курс доллар США. По данным Департамента труда США, число рабочих мест создано в декабре только 74000 рабочих мест, которое стало самым низким с 2011 года и ниже, чем предсказаниями экспертов (193 000). Уровень безработицы снизился с 7 % до 6,7 %.

В тот момент, уровень инфляции США еще ниже установленного уровня (2 %), процентная ставка содержится 0 %. Инвестиционная компания *Pacific Investment Management* прогнозировал, что уровень инфляции США достигнет до 1,5 %. Это обозначает тем, что США будет содержать уровень процентной ставки 0% на долгое время. Это способствует цене на золото, товары и восстановлению экономики.

Президент FED в филиале Филадельфии предполагал, что Центральный Банк должен закончить программу QE3 до конца 2014 года. А президент FED

в филиале Далласа предполагал, что скорость снижения масштабы QE3 должна повыситься в 2 раза (20 трлн. USD вместе 10 трлн. USD). После этих вступлений, доходность государственных облигаций и курс USD повысились. На основе вышеприведенной информации, инвесторы прогнозировали, что FED продолжит сократить масштабу программы покупки облигаций. При улучшении экономики США, вышеприведенная информация проводит к снижению цены на золото. Это обозначает тем, что кривая цены пары AUD/USD неожиданно падала с 14 января 2014 г.

Хотя рынок труда США не продвигался как прогноза, но он улучшается. С оптимистическими сигналами экономики США, FED принял решение сокращения QE3 с 75 трлн. USD до 65 трлн. USD по месяцу. С февраля, FED покупает 35 трлн. USD казначейских облигаций и 30 трлн. USD ипотечных долгов. С одновременным этим, FOMC (Федеральный комитет по операциям на открытом рынке ФРС США) содержит процентную ставку приблизительно 0 % до того, когда уровень безработицы снизится менее 6,5 %, и уровень инфляции ниже 2 % [4]. Это приводит к снижению курса доллара США и улучшает цену на золото. Поэтому, кривая цены пары AUD/USD поднимается.

Программа количественного смягчения QE3 FED продолжит сократиться. Это будет оказывать существенное влияние на курс USD. В будущем времени, кросс-курс AUD/USD может повышаться, если FED поддержит низкую процентную ставку.

Список литературы:

1. Официальный сайт TIN60S — Сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://tin60s.vn>
2. Официальный сайт Bloomberg — Сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.bloomberg.com/>
3. Официальный сайт РИА НОВОСТИ — Сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ria.ru/world>
4. Официальный сайт Центр Торгового продвижения Ханой — Сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://htpc.gov.vn>
5. Официальный сайт Maxi-forex — Сайт [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.maxi-forex.com>

ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ НАЛОГОВОГО УЧЕТА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОДИН ИЗ ЗАКОННЫХ СПОСОБОВ УМЕНЬШЕНИЯ РАЗМЕРА НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ

Черкашина Екатерина Александровна

*студент 4 курса, кафедра «Налоги и налогообложение» НИУ «БелГУ»,
РФ, г. Белгород
E-mail: ekaterina.cherkashina.12@mail.ru*

Фролова Людмила Николаевна

*научный руководитель, стар. преп. кафедры «Налоги и налогообложение»
НИУ «БелГУ»,
РФ, г. Белгород*

Налог на прибыль занимает центральное место в системе налогообложения любого предприятия, является наиболее распространенным и уплачивается хозяйствующими субъектами всех отраслей материального производства, сферы услуг и торговли. Будучи одним из главных источников дохода как федерального, так и регионального бюджетов, данный налог считается в тоже время одним из самых проблемных платежей.

Одним из эффективных способов достижения разумных налоговых платежей является оптимизация системы налогового учета в организации. Важно отметить, что именно данный способ в последнее время занимает всё более важное место в деятельности хозяйствующих субъектов. Более того, налоговая оптимизация, как показывает практика, позволяет значительно уменьшить налоговые потери на долгосрочную перспективу.

Однако отношение к налоговой оптимизации как к криминальному явлению, то есть возможности ухода от налогов незаконным способом, бытует как среди налогоплательщиков, так и среди налогов органов.

Тем не менее, понятие оптимизации налоговых платежей изначально не допускает нарушения законодательства со стороны экономического субъекта. Более того, в научной литературе отмечается, что налоговая оптимизация является составным элементом системы финансового

планирования, наряду, например, с планированием себестоимости продукции или издержек производства [3, с. 98].

Разработка грамотной учётной политики организации для целей налогообложения — первый шаг в построении разумной системы налогообложения.

Как обоснованно отмечает Ермишина О.Ф., лица, разрабатывающие учетную политику, должны обозначить в ней те вопросы, которые необходимо более детально отразить исходя из специфики деятельности хозяйствующего субъекта [1, с. 45].

Прежде всего, организации необходимо выбрать один из двух методов расчета налога на прибыль организаций — кассовый метод или метод начисления и закрепить его в учетной политике для целей налогообложения. Каждый из методов имеет как плюсы, так и минусы.

Преимуществом кассового метода является то, что при налогообложении прибыли в доход включается только оплаченная выручка. В свою очередь уменьшить налоговую базу по налогу могут только оплаченные расходы. В связи с этим, в отчетном периоде может возникнуть ситуация завышения подлежащего уплате в бюджет налога на сумму произведенных, но фактически не уплаченных расходов.

Что касается метода начисления, то доход можно уменьшить на сумму как оплаченных, так и не оплаченных расходов. Однако в состав дохода включается вся выручка независимо от времени её оплаты. Нейтрализовать данный недостаток метода начисления возможно с помощью договора с особым переходом права собственности. Согласно договору право собственности на продаваемый товар перейдет к покупателю не в момент фактической передачи, а в момент его полной оплаты. Таким образом, налогоплательщик освобождает себя от уплаты налога за ещё не оплаченный товар.

Согласно ст. 318 НК РФ расходы отчетного (текущего) периода, связанные с производством и реализацией, подразделяются на прямые и косвенные. При этом исследуемая статья содержит рекомендуемый перечень прямых

расходов, предоставляя, тем самым, налогоплательщику право включить в данный перечень любые иные расходы, исходя из специфики своей деятельности, и закрепить его в учетной политике для целей налогообложения.

Все иные расходы налогоплательщика, связанные с производством и реализацией, автоматически будут признаваться косвенными, за исключением внереализационных расходов, состав которых представлен в ст. 265 НК РФ.

Следует отметить, что в главе 25 «Налог на прибыль организаций» НК РФ косвенным расходам в отличие от прямых уделено немного внимания. Однако именно косвенные расходы могут существенно снизить налоговое бремя организации в отчетном периоде.

Разница между прямыми и косвенными расходами состоит в порядке их признания расходами текущего отчетного (налогового) периода. Косвенные расходы, связанные с производством и реализацией, осуществленные в отчетном (налоговом) периоде, в полном объеме признаются расходами текущего отчетного (налогового) периода. Тогда как прямые расходы уменьшают налогооблагаемую прибыль той части, в которой они учтены в соответствии с правилами ст. 319 НК РФ в стоимости реализованной продукции (работ, услуг).

Таким образом, чем больше расходов будет отнесено в состав косвенных, тем это выгоднее будет компании, так как позволит значительно сократить расходы, приходящиеся на незавершенное производство и продукцию, находящуюся на складах.

Налоговое законодательство содержит примерный перечень расходов, которые уменьшают налогооблагаемую прибыль. При этом если расходы, понесенные организацией, прямо не содержатся в нормах НК РФ, но «экономически оправданны и документально подтверждены», то их можно включить в состав расходов.

Экономически оправданными затратами являются, прежде всего, те, без которых невозможно выполнение того или иного договора.

По гражданскому законодательству при заключении договора стороны должны определить его «существенные условия».

Обращаясь к ст. 432 ГК РФ, под существенными условиями следует понимать условия о предмете договора, условия, которые обязательны для данного вида договора в силу прямого указания законодательства, а также другие условия, которые стороны договора считают для себя существенными.

При этом необходимо выполнение одного из двух условий: расходы договору, согласно которому оплачиваются затраты, впоследствии уменьшат налогооблагаемую прибыль, либо этот договор связан с получением выручки.

Исходя из этого, если организация договорилась оплатить те или иные расходы и это условие является по договору существенным, они считаются экономически оправданными. Например, в договоре подряда стороны предусмотрели в качестве существенного условия обеспечение рабочих трехразовым питанием. Теперь организация-заказчик может уменьшить величину налога и на стоимость расходов по ремонту, и на расходы на питание.

Обычно налогоплательщиком не уделяется должного внимания тому, к какой группе отнести полученные доходы: к доходам от реализации или внереализационным доходам. Заплатить налог на прибыль придется в любом случае. Однако, отнеся как можно больше доходов к доходам от реализации, можно законно сократить величину налога.

Это обусловлено тем, что при расчете налога на прибыль некоторые расходы НК РФ позволяет учитывать не полностью, а лишь в пределах норматива, который определяется в процентах от выручки, то есть дохода от реализации. К таким расходам относятся расходы на некоторые виды рекламы, расходы на резервы по сомнительным долгам, отчисления на формирование фондов поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности.

Амортизационные отчисления также является одним из элементов, способным уменьшить налогооблагаемую прибыль. П. 1 ст. 259.3 НК РФ предоставляет налогоплательщикам право применить к основной норме

амортизации специальный коэффициент, но не выше 2 в отношении амортизируемых основных средств, используемых для работы в условиях агрессивной среды и (или) повышенной сменности. При этом, решение о применении данного коэффициента и его размер целесообразно отразить в учетной политике для целей налогообложения.

Еще одним важным способом оптимизации налоговых платежей с помощью амортизации является применение амортизационной премии. Данная льгота заключается в возможности включить в состав расходов отчетного (налогового) периода расходы на капитальные вложения в размере не более 10 % (не более 30 % — в отношении основных средств, относящихся к 3—7 амортизационным группам) первоначальной стоимости основных средств. Данным способом можно отразить и расходы, понесенные в случаях достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации, технического перевооружения, частичной ликвидации основных средств в том же размере. При этом налогоплательщик, пользующийся данной льготой, должен закрепить данный способ ведения налогового учета в учетной политике для целей налогообложения.

Уменьшению платежей в бюджет по налогу на прибыль способствует формирование на предприятии резервов, например, резерва по сомнительным долгам и резерва на ремонт основных средств.

При помощи отчислений в резерв по сомнительным долгам организация увеличивает свои внереализационные расходы, сокращая, тем самым, налоговую нагрузку по налогу на прибыль. В случае неиспользования данных средств субъект хозяйствования обязан увеличить налогооблагаемую прибыль в конце налогового периода. Таким образом, формирующий резерв по сомнительным долгам, по сути, получает отсрочку по уплате налога.

Законодательно не установлен единый порядок формирования резерва предстоящих расходов на ремонт. Согласно положениям Налогового Кодекса РФ хозяйствующий субъект должен рассчитать процент отчислений в данный резерв. При этом в качестве ориентира для расчета данного показателя

оправданно считать стоимость основных средств. Отметим, что налогоплательщику следует закрепить в учетной политике для целей налогообложения единый порядок формирования резерва и расчета норматива отчислений. Это будет способствовать облегчению ведения налогового учета.

Итак, можно заключить, что наиболее эффективным способом оптимизации налоговых обязательств, минимизации налоговых рисков является грамотно сформированная учетная политика организации. Применение перечисленных методов позволяет налогоплательщику уменьшить платежи в бюджет по налогу на прибыль, соблюдая при этом требования законодательства, и в дальнейшем, будет способствовать повышению эффективности хозяйственной деятельности организации в целом.

Список литературы:

1. Ермишина О.Ф. Современные подходы к формированию учетной политики для целей налогового учета // Все для бухгалтера. — 2012. — № 5. — С. 45—49.
2. Лыгачина Л.Л., Пальчикова Е.С. Учетная политика предприятия как инструмент оптимизации платежей по налогу на прибыль // Проблемы учета и финансов. — 2012. — № 3. — С. 35—40.
3. Пахомов Н.А., Трясучкин А.В. Понятие оптимизации налогообложения в условиях современной экономики России // Социально-экономические явления и процессы. — 2012. — № 2. — С. 98—103.
4. Петров А.В. Налоговая экономия: реальные решения. М.: Бератор-Публишинг. 2010. — 300 с.

СИСТЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА УРОВНЕ ГОСУДАРСТВА

Четвериков Андрей Андреевич

*студент 3 курса, по профилю подготовки 080100.62-09
«Экономика предприятий и организаций» СКФ БГТУ им. В.Г. Шухова,
РФ, г. Минеральные Воды
E-mail: asmerty13@mail.ru*

Науменко Светлана Михайловна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент Северо-Кавказского филиала
Белгородского государственного технологического университета
им. В.Г. Шухова,
РФ, г. Минеральные Воды*

Целью настоящей статьи является определение места экономической безопасности коммерческого банка в системе национальной безопасности государства. В процессе подготовки данной работы широко использовались такие методы, как комплексное изучение и анализ научно-методологических отечественных и зарубежных литературных источников.

Объектом исследования является совокупность экономических и организационных отношений, возникающих в процессе обеспечения экономической безопасности коммерческого банка в системе национальной безопасности государства.

Предмет исследования — методы обеспечения экономической безопасности коммерческого банка на уровне безопасности государства.

Одна из целей перспективного развития экономики России — создание финансовой системы, которая была бы конкурентоспособна на мировом рынке и имела возможность обеспечить достаточный уровень инвестиционной активности в экономике.

Важная роль отводится банковской системе, как источнику экономического роста государства, цель развития которой ориентирована на темпы роста, опережающие другие финансовые институты: соотношение активов банковского сектора к ВВП должно увеличиваться по прогнозам Минэкономразвития с 75,5 % в 2012 г. до 110—115 % к 2020 г., а отношение

собственного капитала банковской системы к показателю ВВП за тот же период должно вырасти с 10,4 % до 16 % [8].

Кризисы обычно начинают развиваться в финансовой сфере, поэтому особенность развития банковского сектора проявляется в том, что системный кризис, существенно подрывает возможности роста активов банковского сектора. В последний отчетный год темпы роста активов банковского сектора по отношению к ВВП снизились до 6,7 % с 9,1 % в предшествующем году, темпы роста банковского капитала составили 1,1 %, против 1,8 %. По остальным показателям прослеживается отрицательная динамика — отношение вкладов физических лиц к ВВП снизилось на 1,4 процента, достигнув 14,2 %, а долг российских банков перед нерезидентами снизился в 8 раз [6].

Эти тенденции должны быть толчком для начала дискуссии о возможности изменения сформировавшейся в России системы банковской модели. Многие из проходивших в России в период 2005—2013 гг. международных банковских конгрессов не оставили эту тему без внимания. Центром полемики между банкирами, российскими и зарубежными экономистами, сотрудниками Банка России, было обсуждение причин и следствий сбоев в действии банковской системы и прогнозирование минимизации их отрицательных последствий, а итогом — большое количество рекомендации по улучшению систем регулирования деятельности банков, которые поступили в адрес по Правительству РФ и Банку России. В связи с вышесказанным, экономическая безопасность банковской системы — это важнейшая часть структуры национальной безопасности экономики в целом.

Чтобы обозначить место экономической безопасности коммерческого банка в структуре национальной безопасности, уточним составные части национальной безопасности.



Рисунок 1. Структура национальной безопасности

В структуре национальной безопасности (рис. 1) экономическая безопасность играет особую роль. Это связано с тем, что все виды безопасности не имеют возможности реализоваться без экономической платформы.

Когда распался СССР, стало понятно, что для безопасного развития мало иметь большую армию и современную оборонную промышленность, необходимым является масса экономических слагаемых, развитый спектр потребительских услуг, конкурентоспособность товаров на общемировом рынке, отлаженное экономическое управления и др.

Динамика экономики, устойчивость её развития в большей степени содействуют стабилизации социальной сферы, единению разных социальных групп, слоев, преодолению межнациональных конфликтов, повышению занятости населения, улучшению качества жизни, уменьшению количества людей, у которых доходы ниже прожиточного минимума [5; с. 2].

Общеизвестно, что фундаментом национальной безопасности является экономическая безопасность, потому что экономика играет основную роль в развитии и улучшении качества жизни общества. В современной литературе существует много мнений по вопросу о сути экономической безопасности, часто достаточно противоречивых [1, с. 21].

В российском законодательстве термин «экономическая безопасность» впервые получил официальное толкование в Федеральном законе «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности». Экономическая безопасность в статье 2 этого закона определена как «состояние экономики, обеспечивающее достаточный уровень социального, политического и оборонного существования и прогрессивного развития Российской Федерации, неуязвимость и независимость её экономических интересов по отношению к возможным внешним и внутренним угрозам и воздействиям» [2; с. 38].

Современные определения экономической безопасности можно быть объединить по нескольким критериям. Авторы первой группы (Л. Абалкин и др.) определяют понятие «экономическая безопасность» как общность условий, защищающих экономику государства от внешних и внутренних опасностей. Авторы второй группы (В. Сенчагов, Г. Гутман и др.) сравнивают экономическую безопасность с неким положением экономики страны, которое позволяет защищать её первостепенные и жизненно важные интересы. Авторы третьей группы (А. Городецкий, А. Архипов и др.) под экономической безопасностью видят возможность экономики обеспечивать качественное удовлетворение общественных потребностей на всех уровнях (международном и международном) [3; с. 16].

Роль экономической безопасности коммерческого банка в структуре государственной безопасности представлено на рис. 2.



Рисунок 2. Экономическая безопасность коммерческих банков в структуре государственной безопасности

Экономическая безопасность — одна из основных частей государственной безопасности, ее фундаментальная база. В Концепции национальной безопасности Российской Федерации определяется, что кризисное явление в экономике — самая распространенная причина угроз государственной безопасности страны. Значит, состояние государственной безопасности России находится в прямой зависимости от состояния экономики, ее качественных и количественных составляющих [5, с. 3].

Экономическую безопасность можно рассматривать в двух частях: внутреннюю и внешнюю. Внутренняя составляющая — это устойчивость экономики. Она определяет степень реагирования и возможность устранения в обществе и государственных структурах стихийных и других угроз, возникающих из-за экономических, социальных, технологических, экологических и иных явлений, которые находятся внутри страны. Внешняя составляющая определяет спонтанные и преднамеренные угрозы, из-за намерений и действий иностранных политических или экономических институтов.

Ранее вопросы об экономической безопасности рассматривались однобоко, в связи с влиянием только внешних факторов. В расчет брались капиталистические государства и международные организации типа Международного

валютного фонда (МВФ), Международного банка реконструкции и развития (МБРР), Всемирной торговой организации (ВТО) и др., которые вводили запреты, ограничения на импорт в СССР не только новейших технологий, но и повседневных товаров, на выдачу кредитов и т. д. [7; с. 51].

Если рассматривать внутренние факторы, которые рождены собственными необдуманноными деяниями, приводящими к росту экономических трудностей, то они в совокупности угроз экономической безопасности государства вообще не рассматривались, не смотря на то, что их негативное воздействие на экономику было часто более масштабным, чем других внешних факторов.

Необходимо отметить, что в последнее время влияние внутренних факторов на отрицательное развитие экономики совершенно не приостановлено, и даже несколько продолжает увеличиваться. Это является показателем того, что стратегия экономической безопасности государства должна базироваться на основе учета всего множества факторов, включая ее главный элемент — эффективность и устойчивость развития российской экономики [4; с. 58].

В стратегиях экономической безопасности, которые моделируют научные институты, рассматривается финансовая безопасность, принимаемая как обеспечение защиты финансовых возможностей и перспектив субъектов народного хозяйства на всех ступенях финансовых взаимодействий резидентов как внутри, так и вне государства, а также их защита от макроэкономических и политических угроз. Показателями для определения уровня финансовой безопасности можно считать стабильность, сбалансированное развитие денежно-кредитной, финансовой, валютной, бюджетной, банковской, налоговой, инвестиционной и фондовой систем. В позиции выявления финансовой безопасности, как части безопасности экономической, можно говорить о банковской системе, поэтому безопасность банка входит в структуру финансовой безопасности экономики.

В Российской кредитно-финансовой сфере проявляются различные формы и виды криминальной деятельности. Они в не являются принципиально

новыми. Однако, можно рассмотреть четыре этапа в развитии преступности в кредитно- финансовой сфере нашего государства.

Первый этап — это крупные хищениями денежных средств банков с применением их фиктивных платежных документов (авизо, чеки). Обналичивались украденные деньги в банках и на предприятиях (1992—1993 гг.).

Второй этап выделяется преступления с применением трастовых и финансовых компаний — «финансовых пирамид» по типу МММ. Для совершения преступных действий чаще всего использовались заведомо неисполнимые договоры займа, страхования, траста, продажа акций и суррогатов ценных бумаг без денежного обеспечения. (1993—1994 гг.)

Третий этап — самым типичным преступлением является кража кредитных ресурсов коммерческих банков(1994—1996 гг.).

Четвертого этап характеризуется ростом преступлений, которые совершаемых при помощи электронных средств доступа (кардинг), компьютерная преступность, массовое использование в противозаконных целях ресурсов глобальной сети Интернет. Современный этап отмечается особенно ростом хищений в сфере вексельного обращения и страхования (1996 г. — настоящее время) [9, с. 68].

Банковский сектор всегда имел повышенный риск. Однако, с ростом количества рисков, меняется и их структура. Риски преобразуются по мере наступления новых реалий современной жизни. Имея возможность их предугадать и своевременно нейтрализовать, можно обеспечить экономическую безопасность банков, финансового сектора экономики, а также экономическую безопасность всей страны.

Экономическая безопасность банка представляет собой совокупность факторов, связанных с деятельностью различных субъектов банковской деятельности во внутренней и внешней среде, которые находятся в постоянном взаимодействии и могут менять как свои особенности, так и формы и степень воздействия на экономическую устойчивость банка.

В научном исследовании определены конкретные направления повышения качества безопасности банковской деятельности по объектам и субъектам в их взаимодействии с системой обеспечения экономической безопасности банка



Рисунок 3. Факторы экономической безопасности коммерческого банка

Это свидетельствует о необходимости соблюдения баланса иностранного капитала на внутреннем финансовом рынке и целесообразности при определенных условиях введения дополнительных ограничений, по сравнению с уже взятыми на себя обязательствами, которые обеспечат защиту внутреннего рынка.

Таковыми ограничениями могут выступить необходимость получения разрешения на проведение сделок, изменяющих долю иностранного капитала в общем капитале кредитной организации, на открытие филиалов иностранных кредитных организаций.

При этом политика в данной отрасли должна отвечать курсу развития национальной банковской системы по направлению либерализации рынка банковских услуг, а также тенденции укрепления международных экономических связей России.

Концепция национальной экономической безопасности постоянно трансформируется, однако экономическая безопасность как комплекс мер, методов и средств по защите экономических интересов государства неизменно остается ее главной внутренней составляющей. Экономическая безопасность оказывает существенное, а порой решающее воздействие на безопасность в других сферах жизни общества, поскольку все виды безопасности имеют материальный фундамент и нуждаются в финансовом обеспечении, без которого они не могут быть реализованы в достаточной степени. Данное обстоятельство свидетельствует об универсальном характере экономической безопасности и необходимости ее законодательного урегулирования как важнейшего национального приоритета.

Список литературы:

1. Василенко А.И. Вопросы экономической безопасности Российской Федерации // В мире науки. — 2009. — № 3. — С. 21—23.
2. Гордиенко Д.В. Перспективы повышения уровня экономической безопасности России // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. — 2010. — № 15. — С. 33—44.
3. Козлова А. Экономическая безопасность как явление и понятие // Власть. — 2009. — № 1. — С. 14—17.
4. Криволеви́ч Е.А. К вопросу об экономической безопасности банковской системы страны // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. — 2010. — № 3. — С. 55—62.
5. Миляев П.В. аспирант «Экономическая безопасность коммерческого банка в системе национальной безопасности государства» журнал Аудит и финансовый анализ — 2010 г. — № 2 — 4 с.
6. Развитие банковского сектора [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.banki.ru> – портал о банках.
7. Складов А.В. Мировой финансовый кризис и экономическая безопасность России: анализ, проблемы и перспективы. М.: Экономика, 2010. — 205 с.
8. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года утверждена указом президента РФ от 12 мая 2009 года № 537.
9. Фелюст А.А. Роль финансовой безопасности в системе экономической безопасности Российской Федерации // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. — 2009. — № 19. — С. 67—69.

ФОНДОВЫЙ РЫНОК КИТАЯ (ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИНОСТРАННЫХ ЭМИТЕНТОВ И ИНВЕСТИТОРОВ С ФОНДОВЫМИ РЫНКАМИ)

Юсыпчук Олеся Ивановна

*студент 3 курса, кафедра Финансы и кредит ДВФУ,
РФ, г. Владивосток
Email: olesya_93@mail.ru*

Сенькова Оксана Николаевна

*студент 3 курса, кафедра Финансы и кредит ДВФУ,
РФ, г. Владивосток
Email: 2011-2012.1993_9@mail.ru*

Рубинштейн Евгения Даниельевна

*научный руководитель канд. экон. наук, доцент ДВФУ,
РФ, г. Владивосток
Email: fineasusual@mail.ru*

Китай является одной из ведущих стран по росту ВВП, а Шанхайская фондовая биржа занимает пятое место по капитализации компаний, ценные бумаги которых идут в обращение. Активный рост экономики осуществляется под строгим надзором государства. Большинство инвестиций приходится на государственные организации, а доступ для иностранных инвесторов весьма ограничен. Для того, чтобы получить листинг на китайском рынке, нужно соответствовать высоким критериям отбора. Барьеры, установленные правительством, лишь подогревают интерес нерезидентов. В адрес Китая уже не раз звучали противоречивые заявления: одни верят, что его мощь будет только лишь набирать обороты, стремясь выйти за рамки возможного, другие прогнозируют неминуемый обвал экономического сектора. Не смотря на негативные прогнозы и обвинения со стороны других стран, Китай идет своей дорогой по направлению «вверх». Его экономика имеет высокие темпы роста, а фондовая биржа несет статус одной из крупнейших бирж в мире.

Первые предпосылки вторжения иностранных инвесторов в фондовый сектор Китая появились еще в 1891 году. На тот момент выпуск акций был осуществлен не так давно, в связи с этим акции активно росли в цене. Желая

их приобрести, но, не имея на это по закону право, иностранные предприниматели основали Ассоциацию Шанхайских брокеров, впоследствии переименованную в Шанхайскую фондовую биржу, которая успешно функционировала вплоть до Коммунистической революции Китая. Тогда торговля ценными бумагами была остановлена, а фондовая биржа закрылась [1].

К началу 90-х на рынке акций произошел взрыв, обусловленный повышением интереса к акциям со стороны населения Китая. Рыночная цена акций увеличивалась день ото дня, а рынок акций стал абсолютно неуправляемым. Акции покупались, где только можно, параллельно с книгами об инвестициях. Неудивительно, что во второй половине 1990 г. на рынке акций случился обвал. Стало очевидным, что рынок нуждается в регулировании. В целях его упорядочения было принято открыть Шанхайскую фондовую биржу.

На 1991 год приходится новая вспышка роста, которая затянулась до 1993 года. Тогда цены на акции в Шанхае и Шэньчжэне достигли максимума, а затем снова обвалились. Превзойти докризисный уровень удалось только в 1996 году. В целом за 90-е годы 18 раз зафиксированы случаи, когда индексы менялись за день на 15 %. Высокая волатильность — свойство, наличие которого присуще всем развивающимся странам. Не исключение и Китай. Состояние основного индекса Шанхайской фондовой бирже весьма беспокойное и по сей день. Раскачиваясь между максимумами и минимумами, его значения вызывают волнения со стороны инвесторов. В случае падения индекса они вынуждены сбрасывать приобретенные ранее Китайские акции. Но как только индекс идет на повышение, к акциям китайских компаний вновь просыпается интерес [3].

На сегодняшний день Фондовый рынок Китая объединяет в себе три биржи: Шанхайскую, Гонконгскую и Шэньчжэньскую. Рассмотрим каждую из них детальнее.

Гонконгская фондовая биржа существует с апреля 1986 года. Торги на ней ведутся в электронном виде практически с момента ее основания, что увеличило в своё время ее рыночную активность. В отличие от Шэньчжэньской и Шанхайской фондовых бирж, формально является открытой для иностранных инвесторов с 2008 года. Торги на бирже проходят под контролем Комиссии по эмиссионным и производным ценным бумагам Гонконга, а допущенные компании строго подчиняются регламентируемым им правилам. В свою очередь, Комиссия поддерживает постоянную связь с брокерами, предоставляя им информацию о происходящих на рынке событиях и способствуя принятию правильных решений [4].

Шанхайская фондовая биржа была основана 26 ноября 1990 года. Торги на ней ведутся в электронном виде, но при этом на самой бирже имеется большой торговый зал с большим количеством электронных терминалов, что отличает ее от большинства европейских бирж. Свои заявки инвестор отправляет через терминал, который расположен как в торговом зале, так и на определенных точках Шанхая. Шанхайская фондовая биржа по своей операционной способности является одной из наиболее мощных в мире, поскольку ее торговая система позволяет производить до 16 000 транзакций в секунду. Так же биржа имеет «ограничители», позволяющие контролировать спекулятивные колебания цен на рынке, которые не должны терпеть изменения более чем на 10 % за день, Система останавливает торговлю, если изменение цены подходит к пороговому значению.

Шэньчжэньская фондовая биржа начала свою деятельность 1 декабря 1991 года, в качестве новой возможности привлечения инвестиций. Особых отличий от Шанхайской фондовой биржи не имеет, за исключением торгуемых на ней инструментов, в связи с запретом в Китае кросс-листинга. Ее торговая система осуществляет до 20 млн. сделок в день, что немного опережает Шанхайскую фондовую биржу.

Со сравнительно недавнего времени на базе Шэньчжэньской фондовой биржи существует внебиржевая электронная торговая площадка **ChiNext**

(открытие состоялось 1 ноября 2009 года), которая была открыта с целью привлечения венчурного капитала через фондовый рынок для финансирования новых инновационных компаний, нуждающихся в значительном объеме стартового капитала [2].

Рынок акций КНР имеет достаточно сложную структуру и до 2006 года был строго сегментирован на рыночные и нерыночные (акции государства, акции юридических лиц и акции работников предприятия).

Рыночные акции подразделяются на три класса: акции класса А, выпуск которых производится в юанях; акции класса В, эмитирующиеся в долларах и акции класса Н, которые размещаются только на Гонконгской бирже, с номинальной стоимостью, выраженной в гонконгских долларах.

Все три класса акций предоставляют их владельцу одинаковые права, но имеют отличия в правилах их владения. Так, например, право на владение А-акциями долгое время имели лишь резиденты Китая. Доступ для иностранных инвесторов был открыт лишь с 2003 года. В свою очередь, В-акции были доступны исключительно нерезидентам. До 2001 года население Китая не имело права на покупку и размещение этого класса акций.

На китайском фондовом рынке производится обращение только обыкновенных акций, которые имеют бездокументарную форму выпуска, и номинальную стоимость в 1 юань. Выпуск привилегированных акций правительством Китая не предусмотрен.

Так же существуют акции типа N,L,S, которые отличаются только местом размещения. Их эмиссия производится в виде депозитарных расписок. N-акции предназначены для размещения на Нью-Йоркской фондовой бирже, L-акции обращаются на Лондонской бирже, а S-акции, в свою очередь, предназначены для Сингапурской биржи [3].

Отсутствие возможности производить конвертацию одного класса акций в другой и наоборот приводит к сегментации рынка, что впоследствии создает большой разрыв в рыночной цене между А-акциями и В-акциями в несколько раз, а так же между рыночными и нерыночными акциями в целом.

Для решения этой проблемы Правительство КНР в 2005 году начало разрабатывать реформу, суть которой заключается в частичной возможности конвертации рыночных акций в нерыночные с компенсацией потерь, в случае падения рыночной стоимости акций. Целью этой реформы было свести до нуля нерыночные акции. В связи с этим, было принято решение об удалении границы между двумя сегментами акций. Процедура происходила следующим образом: государство выпускает акции, принадлежащие миноритарным акционером, выплачивая им за это компенсацию, которая определяется посредством переговоров между контролирующими акционерами и миноритариями. Данная реформа пока еще не достигла конечной цели, но, не смотря на это, является достаточно продуктивной: в 2012 году количество нерыночных акций снизилось, уступив рыночным. До проведения этой реформы доля нерыночных акций составляла 2/3 от всех акций [2].

Что касается облигаций, то их размещение происходит на биржевом, внебиржевом и межбанковском рынках. В качестве эмитентов на первичном рынке выступают Центральный Банк и Министерство Финансов Китая. Облигации в Китае делятся на три группы: казначейские, финансовые и корпоративные, каждая из которых по срокам погашения выделяет краткосрочные (со сроком погашения менее 1 года), среднесрочные (от 2 до 10 лет) и долгосрочные (более 10 лет) облигации.

На межбанковском рынке сделки могут осуществлять только институциональные инвесторы на основе уже выставленных ранее котировках. Роль регулятора на этом рынке играет Народный банк Китая. Здесь размещаются векселя Центрального банка, среднесрочные векселя и корпоративные бумаги.

На биржевом рынке торги облигациями проходят среди малых, средних предприятий и частных инвесторов в режиме аукциона под контролем китайской комиссией по регулированию рынка ценных бумаг.

Внебиржевой рынок осуществляет торги за счет коммерческих банков, доступ которым на биржевой рынок закрыт. Инвесторы посылают коммерческим

банкам письменные поручения на покупку или продажу облигаций, опираясь на выставленные заранее банком котировки. Инструментами на этом рынке являются государственные облигации в форме казначейских облигаций, облигации локальных правительств и сберегательные облигации.

Рынок облигаций, по сравнению с рынком акций, более упорядоченный. Каждый сегмент имеет своего регулятора. Народный банк Китая отвечает за финансовые облигации и ценные бумаги инвестиционных фондов. Государственная плановая комиссия регулирует эмиссию государственных инвестиционных облигаций и ценные бумаги государственных институциональных фондов. Региональные предприятия производят выпуск облигаций под надзором Региональных органов власти. В компетенцию комиссии по регулированию ценных бумаг входит регулирование эмиссии и торговли, а НБК отслеживает ситуацию на внебиржевом рынке [6].

До 1990 года роль выпуска облигаций была высока, но после потеряла свою актуальность. Это не удивительно, поскольку квоты на выпуск весьма невелики, что не скажешь об издержках, а процедура разрешения на выпуск облигаций — длительная и сложная.

После вступления Китая в ВТО на повестке дня встал вопрос о постепенном открытии внутреннего китайского рынка акций для нерезидентов. Иностранным инвесторам был открыт доступ к А-акциям (но только имеющим листинг на бирже), казначейским облигациям и облигациям предприятий и финансовых институтов. Инвестиции в вышеперечисленные ценные бумаги могут осуществляться через специальные инвестиционные фонды, которые могут создаваться далеко не каждым желающим. Во-первых, инвестор должен иметь статус квалифицированного иностранного институционального инвестора(QFII). Во-вторых, должно быть получено согласие от таких учреждений, как центральный банк, Комиссия по регулированию рынка ценных бумаг и Государственная администрация валютного контроля. В-третьих, со стороны Китая установлен ряд условий к иностранной управляющей компании (существование на рынке не менее пяти

лет и расположение активов на сумму 10 млрд. долл.). Так же ряд требований предъявлен к страховым компаниям, компаниям по ценным бумагам и коммерческим банкам. Только банк, входящий в рейтинг 100 крупнейших мировых финансовых учреждений может говорить о получении лицензии на китайском рынке.

Не просто дела обстоят и с получением статуса QFII. Кандидаты обязуются предоставить бухгалтерскую отчетность, инвестиционную декларацию и подтверждение о намерениях осуществлять среднесрочные и долгосрочные инвестиции.

После получения такой лицензии, нерезиденту Китая нужно открыть специальный счет в юанях, который будет выступать в качестве депозитария активов фонда. Приобретения акций возможно только лишь посредством участия китайских брокерских компаний, а их доля, приобретаемая иностранным инвесторам не должна превышать 10 % их общего количества.

Правительство жестко контролирует деятельность иностранных инвесторов посредством бесконечных ограничений. Как минимум у нерезидентов возникает проблема с конвертацией юаня. В настоящий момент, правительство Китая пытается как-то решить эту проблем, но конкретных мер предпринято не было. Так же, существует проблема репатриации капитала из Китая. Иностранные инвесторы должны сохранять свои деньги на рынке в течение трех лет. Возможна только частичная репатриация равная 20 % от общей суммы капитала с трехмесячным интервалом [3].

В настоящее время к странам с развивающейся экономикой, а именно к восточным странам, возникает все большой интерес, поскольку в них сохраняется устойчивой рост экономического сектора, тогда как рост стран с развитой экономикой имеет лишь незначительные колебания. Если раньше крупные компании преимущественно добивались получения листинга на Нью-Йоркской и Лондонской биржах, то сейчас в приоритете у них находятся фондовые площадки развивающихся стран, в том числе и Китая. Вполне вероятно, что в скором будущем Китай станет международным

финансовым и фондовым центром, а в связи с этим, китайская валюта — одной из ведущих валют мира. На эту роль претендуют Шанхай и Гонконг. Шанхай уже взял курс на опережения Гонконга, а мировое сообщество замерло в ожидании разрешения в нем листинга иностранных компаний. Вопрос стоит лишь в опасениях со стороны правительства, которое веками имело огромное влияние на экономику Китая. Финансовый сектор всегда был изолирован от глобальных потоков международного капитала. Это связано с тем, что фундаментом экономической политики Китая является механизм сбережения национального капитала, основным источником которого являются сберегательные счета населения и в связи с этим, острой нужды в иностранных инвестициях попросту нет. Однако активизация движения капитала нерезидентов может способствовать расширению границ экономического сектора Поднебесной. Но китайское правительство обеспокоено тем, что более конкурентоспособные иностранные компании повлекут за собой отток средств из государственных компаний, так как акции иностранных предприятий будут более привлекательны. Остается только надеяться, что Китайские органы власти либерализируют свою политику в отношении иностранных инвесторов и отдадут частному сектору власть в свои руки. Время расставит все на свои места, но то, что экономический сектор Поднебесной еще не раз удивит мир, не подвергается сомнениям.

Список литературы:

1. Вахрушин И.В. «Рынок ценных бумаг КНР: состояние, развитие, перспективы»: Дис. канд. экон. наук: 08.00.10. М., 2009.
2. Вахрушин И.В. «Фондовый рынок КНР и кризис», журнал Азия и Африка сегодня, № 9, 2010 год.
3. Правила листинга и официальная информация Гонкогской фондовой биржи [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.hkex.com.hk/eng/index.htm>
4. Рубцов Б.Б. «Финансовый рынок КНР», журнал «Портфельный инвестор», № 10, 2008 год.
5. Sujiang Zhang and Yi David Wang “Should Chinese Citizens be allowed to Invest in Chinas Corporate Bond Market?”, Stanford University, № 452, Jan 2012.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

*Электронный сборник статей по материалам XVIII студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 3 (18)
Март 2014 г.

В авторской редакции

Издательство «СибАК»
630075, г. Новосибирск, ул. Залесского, 5/1, оф. 605
E-mail: mail@sibac.info



СибАК
www.sibac.info